Magiczny Kraków

Grywalizacja w wydarzeniach wirtualnych

2020-12-03

Jednym z głównych wyzwań, związanych z organizacją wydarzeń online jest zbudowanie odpowiedniego zaangażowania uczestników. Dlaczego nie skorzystać ze sprawdzonego narzędzia, które pomoże nie tylko wzbudzić zainteresowanie uczestników przed wydarzeniem, ale i zapewnić zaangażowanie przez cały czas jego trwania?

W ciągu ostatnich kilkudziesięciu lat grywalizacja została uznana za skuteczną metodę zachęcania do innowacji, produktywności i zaangażowania. Naukowcy, twórcy gier wideo i nauczyciele udoskonalili taktyki grywalizacji i jest ona obecnie regularnie stosowana w przestrzeni edukacyjnej i szkoleniowej. Teraz, gdy wiemy już, że wydarzenia cyfrowe pozostaną z nami na zawsze, nadszedł czas, aby wykorzystać zasady grywalizacji w konferencjach online.

Jak to działa?
Grywalizacja to wykorzystanie elementów gry i technik projektowania gier, takich jak punktacja i rywalizacja, w kontekście niezwiązanym z grami, mających na celu angażowanie ludzi.
Naukowcy dowiedli, że dopamina, hormon dobrego samopoczucia, jest uwalniana, gdy jesteśmy nagradzani za określone działanie. Grywalizacja skupia się na udzielaniu uczestnikom natychmiastowej informacji zwrotnej w postaci wirtualnych nagród (punkty, naklejki, tablica wyników itp.), która generuje pozytywne emocje i utrzymuje zaangażowanie uczestników.

Innym kluczowym hormonem wyzwalanym przez elementy gry, takie jak odznaki i nagrody, jest serotonina, która reguluje nasz ogólny nastrój. Dużo serotoniny zapewnia świetnie usposobienie, a spadek poziomu serotoniny może sprawić, że poczujesz się bardzo źle. Uwalnianie serotoniny może zostać wywołane nawet przez zapamiętanie wcześniejszych sukcesów, więc nawet samo spojrzenie na swoje nagrody - na przykład sprawdzenie swojego miejsca w tabeli liderów wydarzenia - może sprawić, że poczujesz się lepiej.
Nowe pomysły, nowe umiejętności i nowe kontakty to znak rozpoznawczy każdego dobrego wydarzenia biznesowego. Ale w jaki sposób twoi uczestnicy otrzymują te korzyści - zwłaszcza teraz, kiedy to wydarzenie jest wirtualne?

Twój mózg może obsłużyć tylko określoną liczbę informacji w jednym czasie, co naukowcy nazywają „obciążeniem poznawczym”. Jednym ze sposobów, w jaki grywalizacja może pomóc uczestnikom w radzeniu sobie z obciążeniem poznawczym, jest prezentacja wiedzy w formacie bardziej przypominającym grę i opartym na wyzwaniach, co pomaga podzielić lekcje na mniejsze fragmenty, które są łatwiejsze do przyswojenia i zapamiętania.
Możesz włączyć elementy grywalizacji do swojego wydarzenia na wiele sposobów. Oto kilka z nich:

1. Drobne nagradzanie
Utrzymuj przepływ dopaminy, nagradzając ludzi za pożądane formy zaangażowania. Przykładowo, jeśli chcesz, aby uczestnicy odwiedzili wszystkich Twoich dostawców, możesz utworzyć paszport cyfrowy lub interaktywną kartę bingo i zachęcić ich do wypełnienia go w celu wzięcia udziału w loterii.

2. Stwórz ducha zespołu
Dodaj element rywalizacji do wydarzenia, przypisując uczestników do drużyn i zespołów, które mogą być oparte na czymś prostym, takim jak kolor lub mogą być powiązane z treścią spotkania. Poproś uczestników drużyn o współpracę w celu osiągnięcia wspólnego celu lub rozwiązania problemu. Małe i średnie zespoły są najlepsze w tym przypadku.

3. Zachęcaj do wyrażania siebie
Pozwól uczestnikom wykazać się kreatywnością w swoich profilach, nadawać sobie pseudonimy i dzielić się zabawnymi faktami. Zapewnij poczucie autonomii, pozwalając im wybrać, w których sesjach uczestniczą lub wprowadzaj poczucie losowej przygody, rozpowszechniając kody, które zabierają delegatów w niewybrane wcześniej break out roomy.

4. Poproś o udostępnianie w mediach społecznościowych
Zachęcaj do działań w mediach społecznościowych. Dopinguj uczestników do dzielenia się swoimi wrażeniami z wydarzenia w mediach społecznościowych, w celu odblokowania nagród takich ekskluzywne treści lub dostęp dla specjalnych prelegentów. Można również zbierać pieniądze na cele charytatywne, zobowiązując się do przekazania określonej kwoty, gdy posty społecznościowe uczestników osiągną wyznaczony cel.

5. Nagradzaj zwycięzców
Pomyśl o sposobach jak na wydarzeniu uczcić „zwycięzców” gry. Czy możesz dać im specjalny dostęp do Vipów? Udostępniasz zwycięskie chwile w mediach społecznościowych? Czy możesz wyróżnić uczestników na tablicy wyników, która jest aktualizowana przez cały czas trwania wydarzenia? Nagrody mogą również obejmować cyfrową torbę gadżetów z ofertami produktów i kodami rabatowymi.

Author: Anna Górska, Vice President of the Management Board of SKKP for International Cooperation, Board Advisor of Symposium Cracoviense, Positive Impact Events Ambassador, ICCA Board of Directors member

Source: www.successfulmeetings.com