



HR TRICKI,

CZYLI JAK UŁATWIĆ PRACĘ

Z BENEFITAMI

CZĘŚĆ 2.

**GAMIFIKACJA – CZYLI ZABAWA,
KTÓRA ZWIĘKSZA ZAANGAŻOWANIE**



Motywacja pracowników nie zawsze wynika z samej dostępności benefitów. Często ważne jest to, jak są one przedstawiane i niejako „reklamowane” w firmie. Tu właśnie pojawia się gamifikacja. Polega ona na wprowadzeniu elementów znanych z gier do codziennych działań, jak korzystanie z benefitów. Punkty, rankingi, wyzwania czy nagrody – to one ekscytują i mogą zwiększyć zainteresowanie ofertą pracodawcy.

HR Tricky, czyli jak ułatwić pracę z benefitami to nowa seria wpisów na naszym blogu. Podpowiadamy, jak sprawić, by wprowadzenie nowych dodatków pracowniczych – np. programów benefitowych VanityStyle – przyniosło jeszcze więcej zwrotu Twojej firmie!

CZYM JEST GAMIFIKACJA KORZYSTANIA Z BENEFITÓW?

Gamifikacja to wykorzystanie mechanizmów grywalizacji w środowisku pracy, aby zwiększyć zaangażowanie i aktywność pracowników. Co ważne, takie działanie nie wymaga skomplikowanych systemów. Nawet proste mechanizmy mogą przynieść bardzo dobre efekty.

Szacuje się, że **potencjał rynku gamifikacji jako skutecznego narzędzia do motywowania zespołu stale rośnie.** Dlaczego? Przede wszystkim ze względu na skuteczność takich rozwiązań. Grywalizacja zorientowana na osiągnięcia i rywalizację zwiększa efektywność, a także może być długoterminowym narzędziem motywacyjnym¹. W niektórych badaniach przewidywany jest nawet 25% wzrost rynku gamifikacji do 2031 roku²!

W kontekście benefitów gamifikacja może obejmować m.in.:

→ **zbieranie punktów za korzystanie z benefitów**

pracownicy biorący aktywny udział w wydarzeniach sportowych i korzystający ze swoich kart, mogą gromadzić punkty, które np. pod koniec miesiąca wymieniają na konkretne bonusy (np. dodatkowy dzień wolny),

→ **wyzwania zdrowotne (np. liczba treningów w miesiącu)**

zapisując się na wyzwania, można nie tylko zadbać o swoje zdrowie, ale również motywować się, rywalizując z innymi osobami z zespołu,

→ **rankingi zespołowe**

zdrowa rywalizacja między zespołem pozwala wyłaniać naturalnych zwycięzców; to świetny sposób na zaangażowanie większej liczby osób i stworzenie wewnętrznych konkurencji, np. biegowych czy rowerowych,

→ **nagrody za aktywność**

nieodłącznym elementem każdej grywalizacji powinny być nagrody, które w tym przypadku promują dodatkową aktywność,

→ **odznaki i poziomy zaangażowania**

w grywalizacji można posłużyć się także odznakami i poziomami zaangażowania zawodników, to pozwala motywować zespół do stawiania czoła nowym wyzwaniom.



Celem grywalizacji jest to, aby pracownicy zaczęli postrzegać korzystanie z benefitów jako coś przyjemnego, formę relaksu po pracy i odstresowania, a nie kolejny obowiązek.

JAK WPROWADZIĆ GAMIFIKACJĘ?

Wdrożenie gamifikacji nie musi być trudne. Wystarczy kilka kroków:



01. Określ cel

zastanów się, co chcesz osiągnąć. Czy chodzi o zwiększenie korzystania z kart sportowych? A może większe zainteresowanie platformą benefitową?



02. Zaprojektuj mechanikę gry

wyberz proste zasady: punkty za aktywność, wyzwania miesięczne lub nagrody dla najbardziej aktywnych pracowników.



04. Monitoruj wyniki

sprawdzaj, jak pracownicy reagują i czy faktycznie rośnie wykorzystanie benefitów.



03. Zaangażuj pracowników

jasno komunikuj zasady i cele. Możesz np. ogłosić wyzwanie „30 dni aktywności biegowej”.



05. Doceniaj i nagradzaj

pamiętaj, że nawet symboliczne nagrody mogą znacząco zwiększyć motywację.

GAMIFIKACJA W PRAKTYCE – PRZYKŁAD

W firmie ABC wprowadzono wyzwanie, które wiązało się z **gromadzeniem punktów za każde użycie karty sportowej**. Zasady były proste. Po miesiącu osoby z największą liczbą punktów otrzymały drobne nagrody lub wyróżnienia. Efektem było naturalne zwiększenie zainteresowania benefitami, a przy tym wypracowanie lepszych nawyków zdrowotnych oraz dodatkowa integracja całego zespołu.

GAMIFIKACJA – DLACZEGO WARTO?

Zamiast zastanawiać się, dlaczego pracownicy nie korzystają z benefitów, **możesz aktywnie wpłynąć na ich zaangażowanie**. Do tego celu może służyć gamifikacja, czyli wprowadzenie elementów gry do zadań sportowych.

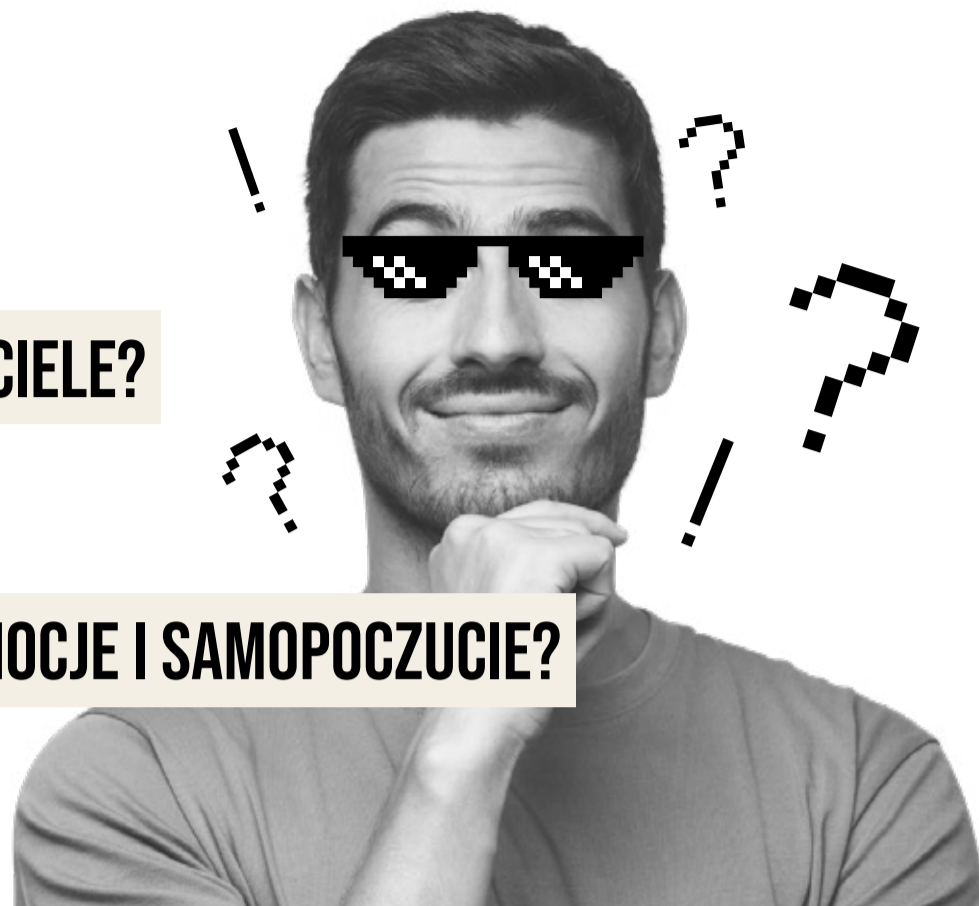
Gamifikacja:



PODSUMOWANIE

Gamifikacja to proste narzędzie, które może znacząco poprawić efektywność całej strategii benefitowej. Nie warto czekać, aż pracownicy sami odkryją benefity – lepiej jest ich motywować i zachęcać do udziału we wspólnych wydarzeniach, także sportowych. Pomóż załodze, wprowadzając element zabawy i rywalizacji.

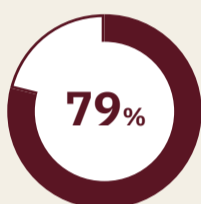
Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej – śledź kolejne części serii HR Tricky. Mnóstwo ciekawych porad odnośnie strategii benefitowej, a także dopasowane rozwiązania dla Twojego biznesu znajdziesz na [VanityStyle](#).



CHCESZ SIĘ DOBRZE CZUĆ W SWOIM CIELE?

CHCESZ MIEĆ MNÓSTWO ENERGII?

A MOŻE CHCESZ ZADBAĆ O SWOJE EMOCJE I SAMOPOCZUCIE?



aktywnych fizycznie osób przyznaje, że ruch poprawia ich samopoczucie.



o tyle wzrasta poziom szczęścia u osób, które ćwiczą co najmniej 2 razy w tygodniu.

ĆWICZ GDZIE LUBISZ, CO LUBISZ I JAK LUBISZ!

bestseller

Karta FitProfit



- Nielimitowana liczba wejść do różnych obiektów jednego dnia
- Brak dopłat w ponad 3500 obiektach w Polsce
- Ponad 40 różnych aktywności sportowych
- Ponad 1200 rabatów na różne produkty i usługi
- Trening w każdej chwili i miejscu dzięki Strefie VanityStyle – bez dodatkowych kosztów

Karta FitSport



- 8 wejść do obiektów w miesiącu
- Ponad 2200 obiektów w Polsce
- Ponad 35 różnych aktywności sportowych
- Trening w każdej chwili i miejscu dzięki Strefie VanityStyle – bez dodatkowych kosztów



KARTA TRADYCYJNA CZY KARTA W APLIKACJI NA TELEFONIE?

Pobierz aplikację VanityStyle Next na:

[Pobierz aplikację](#)



Dołącz do świata zdrowia i dobrych emocji!
Skontaktuj się z opiekunem programu w Twojej firmie.

