ARTICOLO DI ELEARNINGNEWS

Year 4 - number 115 Wednesday 3 june 2020

Perché la tua strategia di gamification non sta funzionando?

Non basta applicare i principi della gamification per migliorare un corso online. Quali sono gli errori che possono far fallire questa strategia?

Nel settore **dell'eLearning**, ormai non si può prescindere della **gamification**, un argomento di cui abbiamo parlato diverse volte in articoli come questo o questo. Si tratta di una strategia utile per migliorare l'apprendimento degli studenti e per incrementare il loro **coinvolgimento**. Solitamente, i corsisti e i lavoratori che accedono a **corsi online** in cui si usa la gamification sono più produttivi e felici.

Avete riscontrato questi effetti sui vostri studenti o sui vostri dipendenti? Se non è così, probabilmente qualcosa non va nella vostra strategia di gamification. Per questo, facciamo un breve excursus fra i principali errori commessi in questo campo:

1. Gli studenti non sono abbastanza coinvolti

I corsisti seguono il percorso in maniera irregolare nonostante la vostra strategia di gamification? Eppure, l'utilizzo del **gioco** dovrebbe servire proprio a coinvolgere gli studenti. Cosa potrebbe spingerli a seguire con più regolarità il corso e, di conseguenza, sentirsi coinvolti dalla gamification? Un'opzione da provare immediatamente è quella di aggiungere "elementi sociali", come un pulsante per la **condivisione**. Quando le persone possono condividere con gli altri i propri successi si sentono più gratificati e, quindi, più motivati ad andare avanti. Una sfida fra i vari studenti (o team), inoltre, potrebbe far aumentare ancora di più il coinvolgimento.

2. Il corso lascia indietro gli studenti meno preparati

A causa della diversa preparazione iniziale, non tutti i corsisti andranno allo stesso ritmo. Ciò vuol dire che chi si trova indietro potrà perdere rapidamente la **motivazione**. In quest'ottica, la gamification e le relative classifiche possono non essere d'aiuto. Il segreto è quello di premiare non solo le **sfide** sulle diverse tematiche, ma anche la partecipazione alle discussioni e ai compiti collaborativi. Un'altra idea è quella di creare team eterogenei per permettere la condivisione di conoscenze.

3. Il gioco diventa più importante dell'apprendimento

In alcuni casi, a causa della gamification, l'interesse degli studenti si dirige maggiormente verso i **premi** dei giochi che non verso l'obiettivo stesso del gioco, ossia l'**apprendimento**. Come invertire questa tendenza? I premi devono essere più difficile da ottenere e gli errori devono comportare una diminuzione del punteggio o obbligare gli studenti a ripetere una lezione per poter passare al livello successivo. Tutti, anche chi progetta il corso, devono ricordare che il gioco è solamente un mezzo per imparare nuove informazioni e abilità.

4. La gamification non funziona per il tuo target

Anche se, in generale, la gamification è un buono stimolo per i corsisti, non è detto che lo sia in tutti i casi. Se, per esempio, in un'azienda noti un calo di iscrizioni e d'interesse, probabilmente, una delle tante possibilità di questa diminuzione di iscritti è proprio la gamification. In questo caso la soluzione è quella di sempre: richiedere il **feedback** ai dipendenti è utile per capire se questa strategia è stata una delle cause e se ha generato, per esempio, più pressione che coinvolgimento.

Articolo tratto da eLearningIndustry