

Gamificación del conocimiento

para el apoyo de productos en URIACH

¿Qué es la Gamificación?

Convertir en lúdico un proceso que antes no lo era



Subir la escalera mecánica no es algo lúdico ni divertido

Hacerlo en la escalera no mecánica pisando escalones tipo teclas de piano que emiten el sonido de las notas es lúdico y divertido

¿Cual era el reto?

Potenciar el lanzamiento a través del mejor conocimiento de producto de los delegados comerciales



¿Cómo aplicar la gamificación al conocimiento?

Transformando el proceso de aprendizaje en algo divertido



Las formaciones de producto no siempre son lo divertidas que uno quisiera



Muchos juegos con el móvil son divertidos y adictivos

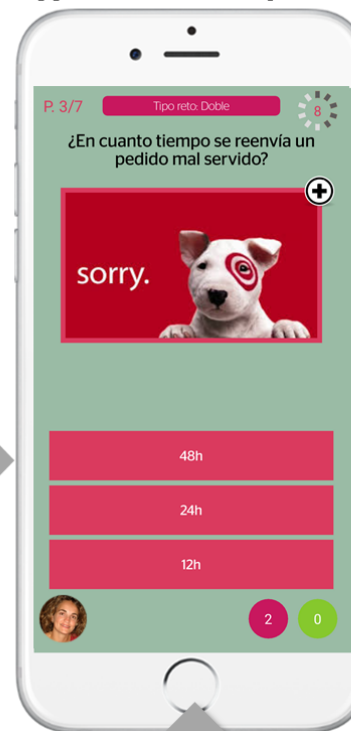
¿Qué se ha usado?

Se ha usado **retaME**, una plataforma de la empresa Compettia, para jugar partidas privadas de **TRIVIAL** a través del móvil, donde el conocimiento y la audiencia de jugadores se definen particularmente para cada juego

Audiencias

Asistentes evento
Fuerza de ventas
Puntos de venta
Oficinas
Canal indirecto
Empleados
Clientes
Consumidores
...

App JUEGO móviles y tablets



Contenido

Información de un evento
Planes y kick-offs
Lanzamiento de un producto
Lanzamiento de una campaña
Cambios en el portfolio o colección
Refuerzo de un producto
Posibilidades de Cross-sellings
Técnicas de ventas
Assesments
Valores, procesos, normativa, ...

Más de

14

Millones de
preguntas
contestadas



¿Qué hace retaME tan atractivo?

El juego de trivial se juega competitivamente entre compañeros. Los jugadores se retan entre sí contestando preguntas que el sistema les ofrece.

El juego es Social, ya que jugamos con compañeros, y Viral, unos empujan a otros a jugar.



Los jugadores se
retan entre sí

Social & Viral

¿Cómo se juega?

Se puede jugar en:

- Una sesión en vivo

Todos los jugadores en un Hotel jugando a la vez, cada uno con su móvil y a la vez proyectando en la gran pantalla el juego en tiempo real.

Son juegos que suelen durar 30-40 minutos al final de una reunión o evento

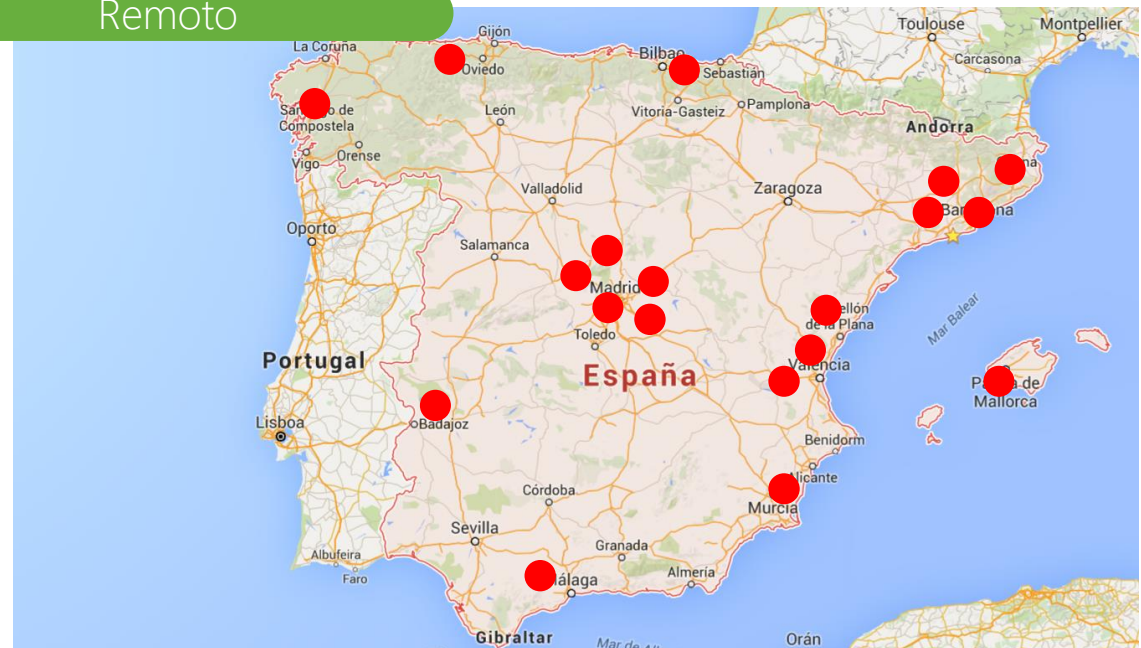
- Remoto

Todos los jugadores juegan desde su región de trabajo, durante 5-7 días.

Sesión en Vivo



Remoto



¿Cómo se ha usado en Uriach?

Se ha hecho jugar a un colectivo de 34 delegados comerciales de OTC en 2 tipos de juegos:

- Juegos en vivo
- Juegos en remoto

Conocimiento de productos contenido en los distintos juegos:

Innovage

Aquilea

Filvit

Fuca

Utamar

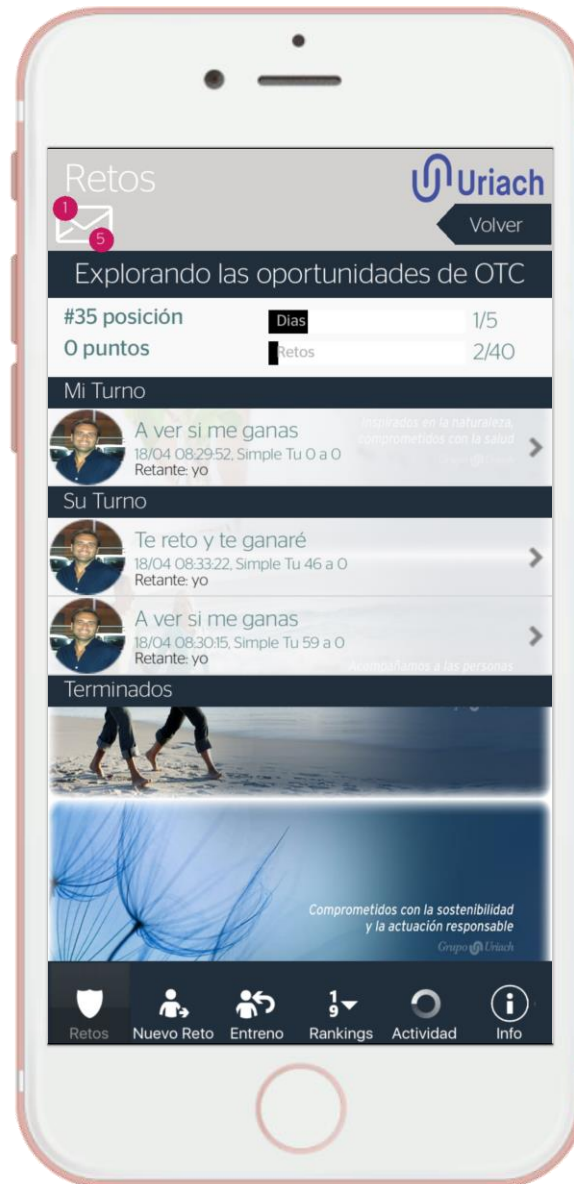
Fisiocrem

Halibut

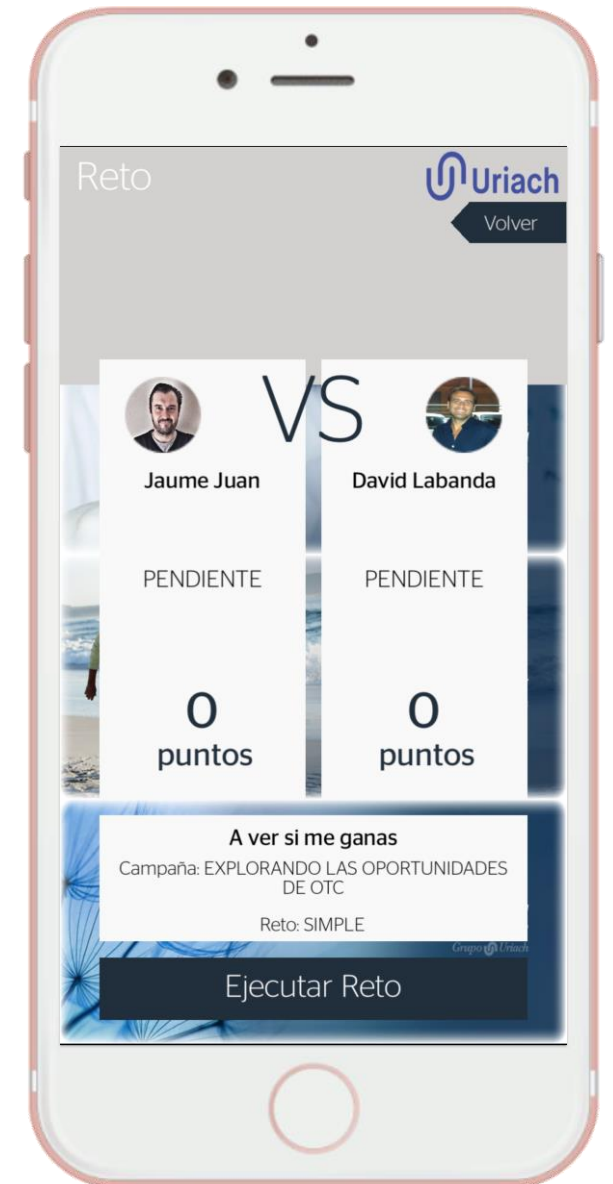


Pantallas y preguntas de ejemplo del juego para Uriach

Conjunto de pantallas y preguntas reales de los juegos usados



Control de retos



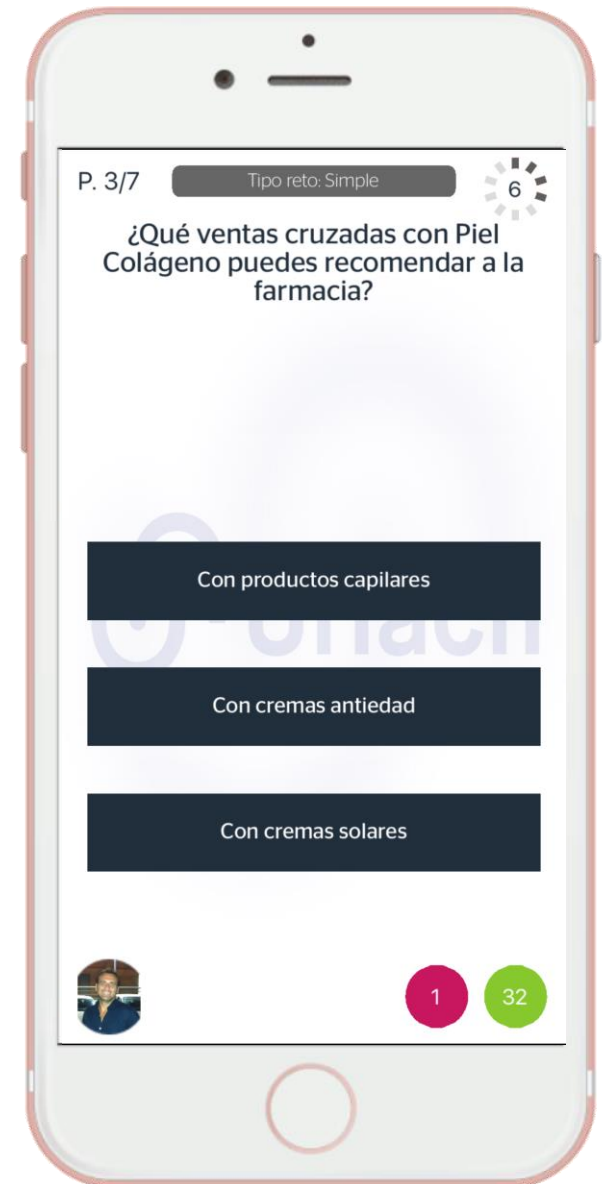
Retar a un compañero



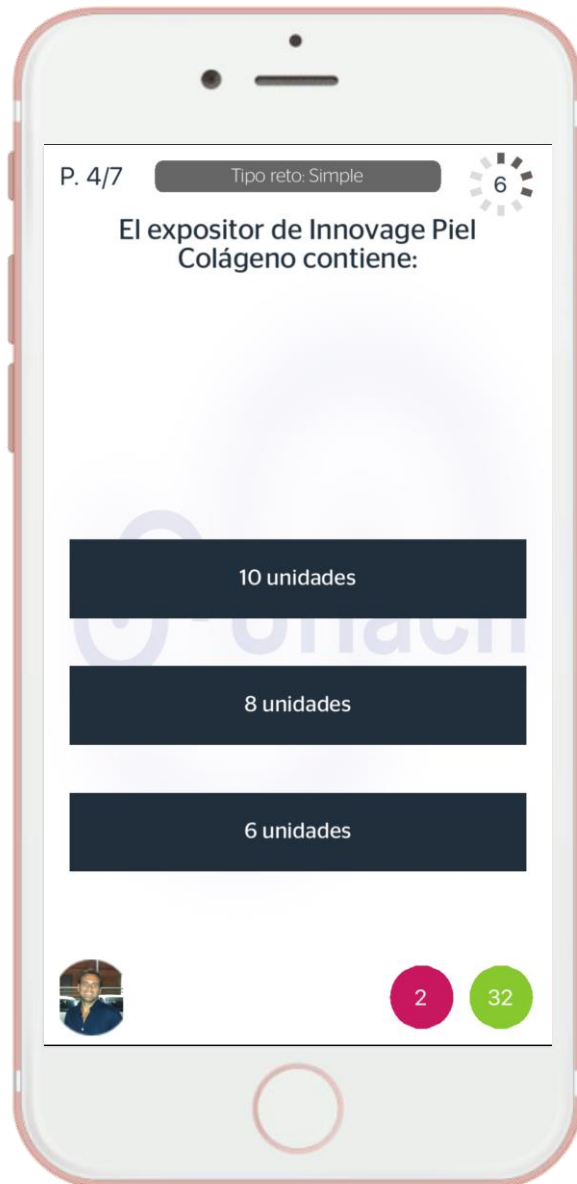
Indicaciones



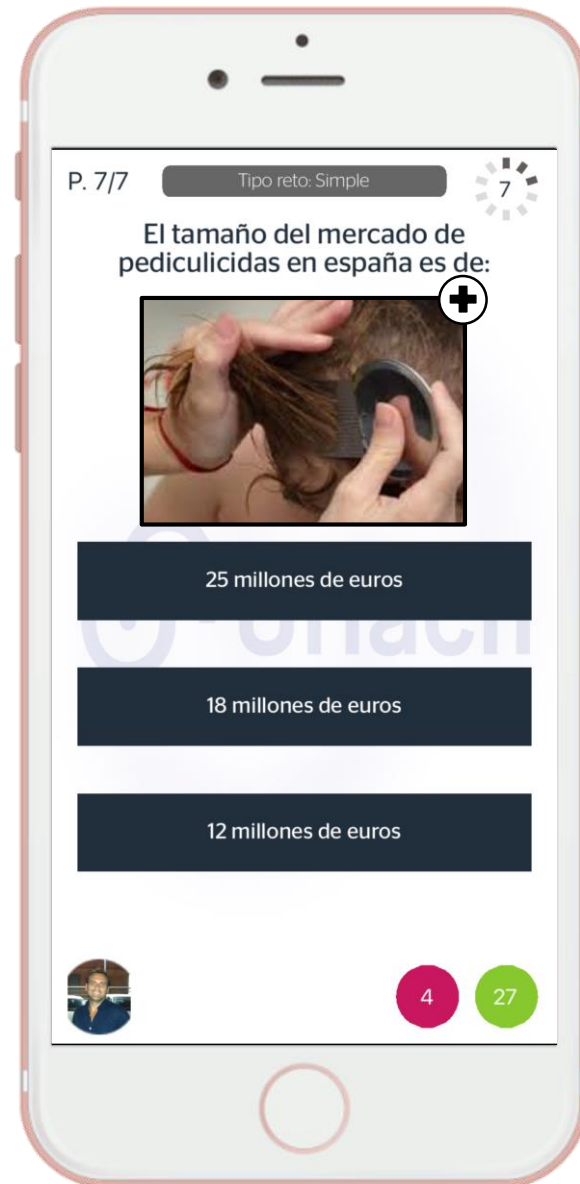
Ingredientes



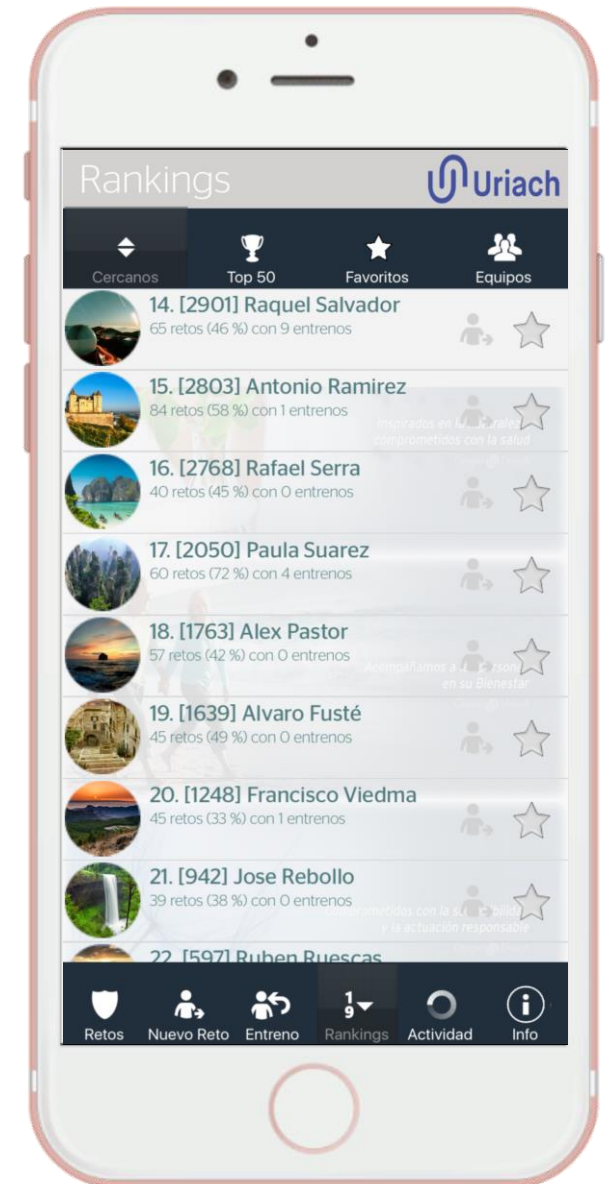
Venta Cruzada



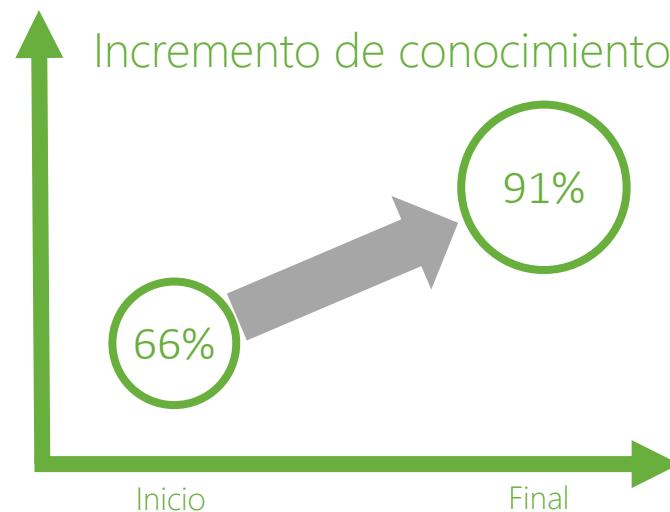
Merchandising



Mercado



Ránking jugadores



Resultados Globales de actividad

Resultados sumariosados de los 3 juegos realizados con la Red de Ventas

Código de pregunta	Pregunta	% Respuestas incorrectas	Respuestas incorrectas	Preguntas contestadas
URIACH_201412_157	¿Cómo se llaman las vacuolas en las que se acumula la melanina?	93 %	25	27
Respuesta correcta Malanosomas				
URIACH_201412_038	¿Con qué producto de la gama Innovage abrimos nuestro argumentacion comercial en un cliente habitual?	85 %	17	20
Respuesta correcta Producto en promoción				
URIACH_201412_184	El estudio de Innovage Lipo-Reductor Celulítico demuestra una reducción de la celulitis en glúteo de un...	85 %	11	13
Respuesta correcta 93%				

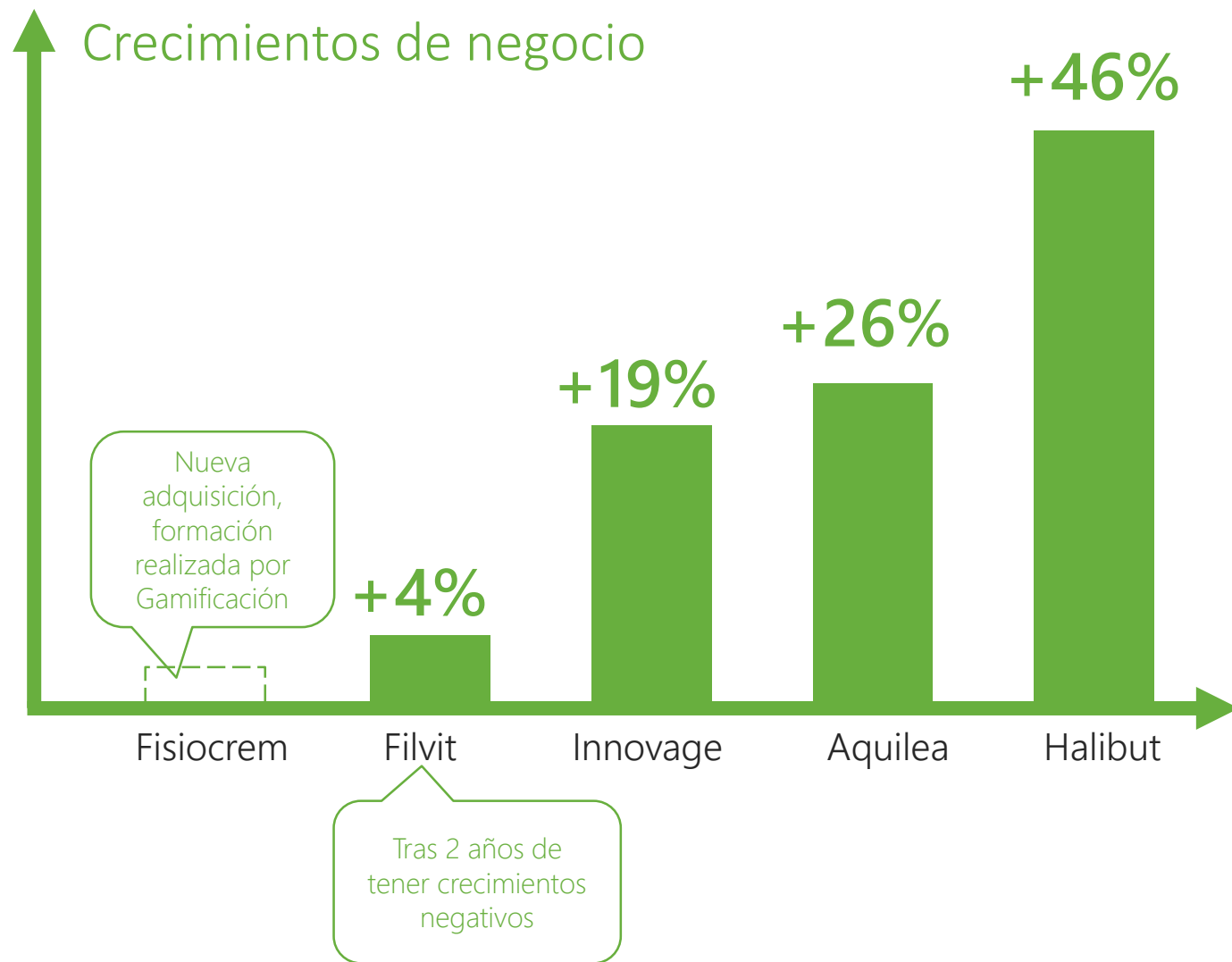
Posición	Alias	Usuario	Puntos	Premio	Equipo	Retos	% Ganados	Entrenamientos	% Aciertos	Grado de conocimiento	Minutos de formación
1	Encarna Aragonés	Encarna Aragonés	17.132		Mayas	142	81,0 %		83,7 %	85,1 %	161
2	Lorenzo Gonzalez	Lorenzo Gonzalez	6.902		Mayas	92	68,5 %		77,6 %	75,8 %	108
3	Ana Belén García	Ana Belén García	4.812		Aztecas	99	54,5 %		72,7 %	75,8 %	118

Posición	Equipo	Puntuación media	Puntos	Retos	% Ganados	Entrenamientos	Grado de conocimiento
1	Mayas	3.918	27.432	419	63,72 %	3	47,9 %
2	Aztecas	1.926	9.631	234	48,29 %	1	39 %
3	Patagones	771	6.172	295	36,95 %	7	33,9 %
4	Incas	334	2.006	213	37,09 %	1	35,2 %

Resultados actividad

Resultados extraídos directamente de las estadísticas de la plataforma retaME´:

- Ránking de preguntas más falladas
- Ránking de jugadores
- Ránking de equipos (zonas de venta)



Resultados de negocio

Se han conseguido unos resultados espectaculares donde la contribución de la gamificación por conocimiento ha tenido una especial relevancia conjuntamente con otros factores.

Para el jugador

Transformar una actividad aburrida [formación] en algo divertido

Formarse en cualquier lugar y momento [móvil]

Dedicar minutos sueltos a la formación [micro-learning]

El mayor conocimiento le da mayor Seguridad y +ventas

Ganar premios

Ganar reconocimiento

Para la Organización

Incremento de ventas por el conocimiento del producto

Potenciar imagen expertise en producto ante el cliente

Transferir conocimiento a una gran velocidad

Medir el grado de absorción del conocimiento

Poder mejorar en las áreas de conocimiento menos fuertes

Beneficios

Beneficios finales de los dos entes que toman parte del juego: el organizados y el jugador