**Grywalizacja w świecie HR-u**

**Gry znajdują coraz szersze zastosowanie w biznesie i coraz częściej wykorzystywane są w celu motywowania, poszerzania wiedzy oraz rozwijania umiejętności pracowników. Nowością jest zastosowanie gier w odniesieniu do specjalistów HR oraz menedżerów – jednak to właśnie symulacje z ich udziałem mogą najbardziej przełożyć się na wyniki finansowe firmy.**

Do tego, że gry symulacyjne mają sens, większości specjalistów z obszaru *human resources* nie trzeba przekonywać. Coraz więcej firm stosuje je już na etapie rekrutacji. Gry zawierające przykłady prawdziwych sytuacji biznesowych przenoszą uczestników w rzeczywistość, z którą będą mieli do czynienia w realnym życiu zawodowym.

- Najważniejszą wartością biznesowej gry strategicznej jest wielopłaszczyznowe zrozumienie mechanizmów, które zachodzą w realnych sytuacja biznesowych – mówi Anna Grzywaczyk z firmy doradczej WNCL. – Dodatkowo, taka gra pobudza do wymiany doświadczeń, wzajemnego przekonywania i dzielenia się wiedzą.

Niestety, w grach przygotowanych z myślą o pracownikach przeważnie nie uczestniczą ci, którzy sami są odpowiedzialni za zatrudnianie i motywowanie innych. Osoby zajmujące się zarządzaniem personelem przyzwyczajone są do weryfikowania kandydatów, oceniania pracowników, pracy nad rozwijaniem ich talentów, rzadko jednak mają okazję same wzmocnić swoje kompetencje, a już szczególnie w sposób tak angażujący, jak gra zespołowa.

Stąd właśnie wzięła się potrzeba opracowania specjalnej gry, która uwzględniałaby rosnące znaczenie „haerowców” w przedsiębiorstwach oraz wynikające z tego potrzeby zarówno organizacji, jak i samych specjalistów.

**„Planszówka” dla „haerowców”**

Przykładem gry skierowanej do specjalistów HR oraz innych osób mających wpływ na zarządzanie pracownikami, jest Bottom Line. Gra została przygotowana w taki sposób, aby jej uczestnicy mogli poznać zasady funkcjonowania firmy z uwzględnieniem najważniejszych wskaźników finansowych.

Dzięki uczestnictwie w grze pracownicy i menedżerowie dostają do rąk mocny oręż. Po dwóch dniach szkolenia połączonego z kreatywną zabawą, wiedzą jakich argumentów używać, by np. przekonać zarząd do podjęcia odpowiednich decyzji w obszarze zarządzania ludźmi. Jest to możliwe, ponieważ gra uczy ich, w jaki sposób decyzje personalne przekładają się na konkretne wyniki finansowe firmy, a to te argumenty mają największe znaczenie dla członków zarządu. Tak unikalną wiedzę trudno byłoby zdobyć poprzez uczestnictwo w tradycyjnych wykładach.

Gra Bottom Line organizowana jest w formie dwudniowych warsztatów. Uczestnicy mają do dyspozycji planszę, pionki, karty decyzji, karty negocjacji, karty suwakowe, arkusze decyzji (próbnych i ostatecznych), kalkulatory, a do tego – oczywiście – swoją wiedzę i doświadczenie.

Dzięki grze uczestnicy poznają ogólny model funkcjonowania biznesowego firmy, a następnie podejmują szereg decyzji z obszaru HR, które w rezultacie powinny prowadzić do osiągnięcia celu, jakim jest określony zysk netto. Na podstawie analizy danych finansowych, biznesowych oraz opisu sytuacji uczestnicy coraz wyraźniej zauważają związki pomiędzy podejmowanymi decyzjami, a wskaźnikami w postaci zaangażowania i satysfakcji pracowników, fluktuacji, kompetencji, efektywności rekrutacji, czy też zadowolenia klienta. A następnie uczą się łączyć je z wynikami finansowymi przedsiębiorstwa.

Po każdej rundzie następuje podsumowanie oraz dyskusja na temat wybranych działań oraz ich konsekwencji. Wtedy też pojawia się czas na dzielenie się doświadczeniami i przykładami z realnych sytuacji biznesowych. Szkolenie merytoryczne na każdym kroku uzupełniane jest o wyniki badań rynkowych i praktyk biznesowych z zastosowaniem konkretnych przykładów.

Dla uczestników ważny może być też fakt, że na żadnym etapie gracze nie są oceniani indywidualnie. W trakcie dyskusji wszyscy razem zastanawiają się jakie decyzje podjął dany zespół i dlaczego najlepsze rezultaty przyniosła właśnie wybrana strategia. Uczestnik nie wygrywa medalu za pierwsze miejsce, ale wynosi z gry coś znacznie cenniejszego – wiedzę i nowe umiejętności.

**Wzmocnić HR dzięki grze**

Stworzenie gry takiej jak Bottom Line stanowi odpowiedź na rosnące znaczenie zasobów ludzkich właściwie w każdym biznesie. I nie chodzi wyłącznie o coraz ważniejszą rolę samych działów HR, ale i o fakt, że dziś „haerowcem” musi być praktycznie każdy menedżer.

- Wyniki badania ICAN Research (HRBR 11.2016) pokazują, że 56% organizacji deklaruje potrzebę reorganizacji działów HR. Coraz więcej mówi się o kluczowej roli jaką HR powinien pełnić w organizacji oraz o tym, jak bardzo kompetentny HR może wspomóc biznes – mówi Iwona Wencel, prezes firmy doradczej WNCL. – Jednocześnie, rzeczywistość pokazuje dość niski poziom kompetencji „haerowców” w zakresie myślenia strategicznego, systemowego i procesowego. Winą za niewystarczającą pozycją HR w firmie zazwyczaj obarczane są zarządy i ich niska „świadomość” roli HR. W rzeczywistości jednak sami zupełnie nie doceniamy roli naszych kompetencji w budowaniu biznesowego i partnerskiego HR-u – podkreśla ekspertka.

Szersze wykorzystywanie gier takich jak Buttom Line może pomóc w zmianie tej sytuacji. Dzięki warsztatom „haerowcy” zostają „uzbrojeni” w dodatkową wiedzę, a menedżerowie odkrywają zupełnie nowe sposoby na poprawę wyników firmy. Gra często „otwiera im oczy” na problemy HR i ich wpływ na wyniki biznesowe. Tymczasem warto pamiętać o wciąż aktualnej myśli, że sukces każdej firmy zależy od ludzi, którzy ją tworzą.

Źródło: [**WNCL**](http://wncl.pl/)