

Il reclutamento

non è un gioco da ragazzi!

Gamification, gaming, game based assessment, gamified assessment, etc etc...



Il reclutamento non è un gioco da ragazzi!

Gamification, gaming, game based assessment, gamified assessment, etc etc...

Anche il mondo HR sembra essere sempre più spesso vittima di “mode” e “tendenze” che promettono la formula miracolosa per l’identificazione ed il reclutamento di quei famosi talenti che una volta chiamiamo Millenials, un’altra Digital Generation e un’altra ancora Future Leaders.

Ma facciamo un po’ di ordine e per farlo è importante partire da una chiara distinzione tra due importanti momenti di un processo di reclutamento:

- ➔ **Attrarre**
- ➔ **Selezionare**

Attrarre la risorsa significa fare in modo che le persone in cerca di un’occupazione si sentano spinte a candidarsi per lavorare nella nostra azienda. In un mercato in continua evoluzione come quello attuale, non è facile calamitare l’attenzione di un giovane potenziale sulla nostra offerta.

Selezionare significa scegliere e, affinché la scelta si riveli giusta, efficace ed equa deve avere alla sua base dei criteri molto solidi. Uno fra tutti, la misura oggettiva. Misurare in maniera oggettiva le competenze, le attitudini, le abilità di una persona rispetto al ruolo ci consente di operare le nostre scelte sulla base di dati scientifici, validati, equi.

Ecco allora che tra le novità recenti in termini di **engagement** e **candidate experience** appaiono i games sotto varie forme e nature.

Di cosa parliamo?

Gli esperti di gamification hanno identificato alcuni aspetti del gioco presenti principalmente nei videogame arcade e nelle loro evoluzioni. Infatti, questi giochi sono particolarmente adatti a fornire motivazione intrinseca e l’apparizione di un particolare stato cognitivo, collegato a benessere e prestazioni elevate, chiamato flow.

Alcune caratteristiche dei **giochi arcade** sono:

- ➔ **Feedback immediato.** Errori e successi sono istantaneamente mostrati al giocatore.
- ➔ **Ricompense.** I giocatori ricevono ricompense quando ottengono un successo. Passare un livello, sconfiggere un boss, ottenere un badge o un boost, sono tutte ricompense che possono essere elargite durante il gioco.
- ➔ **Personificazione e narrazione.** Spesso il giocatore si identifica in un avatar. L’avatar compete o combatte contro altri elementi personificati (boss, mostri, concorrenti, altri avatar) nel contesto di una storia.
- ➔ **Sfida crescente.** Man mano che si va avanti nel gioco le task diventano sempre più complesse.

Un gamified assessment, quindi, è un assessment tradizionale che prende alcuni elementi dal mondo del gioco. Attorno ad un classico test di logica, ad esempio, si può costruire una storia, dare un feedback immediato ai partecipanti, aggiungere barre di completamento, far progredire il test con un ordine crescente di difficoltà, ecc. In questo caso è soltanto il contesto ad essere modificato, mentre l’assessment mantiene tutte le originali caratteristiche di validità e affidabilità.

Il **game-based assessment**, parte invece dalle premesse opposte. In questo caso non è il test a prendere degli elementi dal mondo dei giochi, ma, attraverso un gioco, si cercano di inferire elementi dell’abilità o della personalità degli individui. Lo strumento viene sviluppato attraverso le regole del *game-design* offrendo un’esperienza più immersiva. La validità scientifica del game-based assessment però, non è ancora accertata. Sebbene si tratti sicuramente di un campo promettente, non siamo ancora sicuri di potere inferire con una ragionevole accuratezza caratteristiche dell’individuo attraverso il modo in cui gioca.

Per questo motivo, il game based assessment non può e non dovrebbe essere utilizzato come strumento di valutazione, ma piuttosto come **calamita per far sentire le persone più coinvolte nel processo di reclutamento** al quale stanno partecipando.

Il reclutamento non è un gioco da ragazzi!

Parliamo quindi della fase di “Attraction”...

Nel momento invece della selezione vera e propria, la misura può essere fatta con diversi strumenti tra i quali i gamified assessment che, come dicevamo, sono i tradizionali e solidi strumenti di valutazione vestiti in maniera più divertente, fresca, appealing e innovativa.

Il rigore scientifico alla base di uno di questi strumenti rimane immutato, ed è questa la sostanziale differenza tra un “game-based assessment” ed un “gamified assessment”.

Conclusione

In conclusione, l’innovazione è una cosa buona, fare le cose con metodi nuovi è molto divertente; **quello che conta è utilizzare questo potenziale in maniera giusta così da garantire qualità al processo.**



About the author & cut-e

Olga Pagliaroli è Managing Director Italia di cut-e, leader mondiale nell’assessment di talenti e parte di Aon. cut-e ed Aon conducono 30 milioni di assessment ogni anno in 90 paesi e 40 lingue.



More about Gamification?

www.cut-e.it/valutazione-on-line/gamification/



About cut-e

Founded in 2002, cut-e (pronounced 'cute') provides online tests, questionnaires and gamified assessments for attraction, selection, talent management and development. The company's smart, valid and innovative psychometrics have made it the preferred partner of multinational organisations.

In May 2017, cut-e was acquired by Aon plc, a leading global professional services firm providing a broad range of risk, retirement and health solutions. cut-e now operates as part of Aon's global offering in talent solutions, helping clients achieve sustainable growth by driving business performance through people performance. cut-e and Aon, as Aon Assessment Solutions, undertake 30 million assessments each year in 90 countries and 40 languages.