

Henry Siukola TTK17SPO

Työmotivaation tehostaminen pelillistämisen keinoin

Tradenomi (AMK)

Tietojenkäsittely

Kevät 2021

GAMIFICATION



LOADING...



KAMK • University
of Applied Sciences

Tiivistelmä

Tekijä: Siukola Henry Juhana

Työn nimi: Työmotivaation tehostaminen pelillistämisen keinoin

Tutkintonimike: Tradenomi (AMK), tietojenkäsittely

Asiasanat: pelillistäminen, peliala, motivaatio, pelidynamiikka, pelimekaniikka

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli analysoida pelillistämisestä tarjolla olevaa materiaalia ja muodostaa sen pohjalta työn toimeksiantajalle – Aitosupport Oy:lle – hyödylliseksi katsottavia ohjesääntöjä pelillistämisen hyödyntämiseen toimeksiantajan toiminnassa. Tätä aineistoa ja sen avulla muodostettuja ohjesääntöjä käytännössä soveltamalla suunniteltiin ja toteutettiin toimeksiantajan yrityksen tarpeisiin pelillistämistä hyödyntävä projekti.

Opinnäytetyön taustatutkimus tehtiin tutustumalla pelillistämisestä tarjolla olevaan kirjallisuuteen, asiantuntijoiden pitämiin luentoihin, eri yritysten toteuttamiin pelillistämiskäytäntöihin, sekä aiheesta aiempien tutkimusten aikana kerättyyn tutkimusdataan. Dataa analysoitiin yritystoiminnan ja sen tavoitteiden näkökulmasta.

Opinnäytetyön keskeisessä roolissa oli pelillistämisen vaikutus motivaatioon ja vuorovaikuttamiseen. Analyysissa tutkittiin ihmisten syitä pelata pelejä, sekä sisäisen ja ulkoisen motivaatioiden eroja ja yhteneväisyyksiä. Motivaatiota tutkittiin työmotivaation näkökulmasta.

Opinnäytetyössä käytiin läpi myös yrityksen puolelta tarvittavaa ymmärrystä omista tavoitteista ja niiden suhteesta kohdeyleisön motiiveihin. Yrityksille esitettiin erilaisia pelillistämiskeinoja ja työkaluja kuten pisteitä, tulostauluja, saavutuksia, edistymispalkkeja ja tasoja, sekä niiden taustalla vaikuttavia konsepteja kuten kilpailua ja palkitsemista.

Työn loppupuolella teorian johtopäätökset koottiin tiiviimpään muotoon ja tarkasteltiin havaittuja parhaita käytäntöjä pelillistämisen soveltamiseksi käytännössä. Lisäksi muodostettiin ohjesääntöjä, jotka varoittavat mahdollisista sudenkuopista ja rakentavat raamit toimivalle pelillistämiselle.

Viimeisenä opinnäytetyössä käytiin vaihe vaiheelta läpi Aitosupport Oy:lle tehdyn pelillistämiprojektin suunnittelu ja toteutus. Osiossa tarkasteltiin tehtyjä valintoja kuten projektin rajaamista yhtiön huoltotien hyödyksi ja valittuja työkaluja sekä tehtyjen valintojen syitä. Projektin mahdollista laajentamista ja tulevaisuudennäkymiä puitiin rakennettua alustaa lähtöpisteenä hyväksi käyttäen.

Abstract

Author: Siukola Henry Juhana

Title of the Publication: Boosting Work Motivation by Means of Gamification

Degree Title: Bachelor of Business Administration

Keywords: game industry, gamification, motivation, game dynamics, game mechanics

The objective of this thesis was to analyze available material on gamification and based on that, form guidelines for the employer – Aitosupport Ltd – that would be useful in utilizing gamification in the activity of the employer. By applying the material and the formed guidelines based on it, a gamification project was designed and executed for the needs of the employer.

The research for the thesis was conducted by exploring literature, lectures by experts, gamification solutions implemented by different companies, and the data collected by prior studies about gamification. The data was analyzed from the point of view of business and its goals.

The central focus of the thesis was the effect of gamification on motivation and interaction. The analysis investigated people's reasons to play videogames and the differences and similarities of inner and outer motivations. Motivation was studied from the point of view of work motivation.

The thesis also went through the necessity of understanding a company's business goals and their relation to the motives of the target audience. A set of gamification mechanics and tools like points, leaderboards, achievements, progress bars, and levels, and the concepts behind them like rewarding and competition were presented to companies.

In the final part of the thesis, conclusions drawn from the theory were gathered to a more succinct form and perceived best practices for applying gamification in practice were presented. Additionally, guidelines were formed that warn of possible pitfalls and form the framework for future gamification projects.

Finally, the thesis went through the design and execution of the gamification project produced for Aitosupport Ltd. step by step. The part examined the choices made like limiting the project for the use of the maintenance team and the chosen tools and the reasons for those choices. The future and possible expansion of the project was evaluated using the platform built as a starting point.

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Miksi valita pelillistäminen?	3
3	Pelillistämisen psykologia	4
3.1	Pelaajatyypit	4
3.2	Motivaatio.....	6
3.2.1	Ulkoinen motivaatio	6
3.2.2	Sisäinen motivaatio.....	7
4	Pelillistäminen yritystoiminnassa.....	9
4.1	Arvostettu käytös ja arvokas käytös.....	9
4.2	Käytännön esimerkkejä	10
5	Pelillistämisen työkalut.....	12
5.1	Pelidynamiikka	12
5.1.1	Palkitseminen	12
5.1.2	Kilpailu.....	13
5.2	Pelimekaniikat.....	13
5.2.1	Pisteet	14
5.2.2	Tulostaulut	15
5.2.3	Saavutukset	16
5.2.4	Edistymispalkit.....	16
5.2.5	Tasot	16
5.3	Anti-pelimekaniikat	17
5.3.1	Jäähdytysajat (engl. Cooldowns)	17
5.3.2	Tahtirajoitukset	18
5.3.3	Määrärajoitukset	18
5.4	Työkalujen valitseminen.....	18
6	Teorian yhteenveto	20
7	Aitosupport Oy:n pelillistäminen	22

7.1	Aitosupportin liiketoimintamalli	22
7.2	Projektin suunnittelu	22
7.2.1	Pisteet ja tulostaulut	23
7.2.2	Saavutukset	24
7.3	Huollon pelillistämisen tulevaisuus	26
8	Yhteenveto	28
	Lähteet	29

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on Aitosupport Oy. Yhtiön alla toimii Suomen ainoa Samsungin virallinen mobiililaitteiden merkkihuolto, joka korjaa, huoltaa ja kierrättää kyseisen brändin tuotteita yritysten ja henkilöasiakkaiden tarpeisiin. Tämän lisäksi Aitosupportin ohjelmistokehitystiimi kehittää yhtiön sisäistä toimintaa ja asiakassuhteita tehostavaa digitalisaatiota ja toteuttaa digitalisaatioratkaisuja yritysasiakkaiden tarpeisiin. Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia ja analysoida pelillistämistä tarjolla olevaa materiaalia ja muodostaa sen pohjalta ohjesääntöjä pelillistämisen hyödyntämiseen. Materiaalin ja ohjesääntöjen pohjalta toteutetaan yhtiön tavoitteita tukeva pelillistämiprojekti yhteistyössä Aitosupportin ohjelmistokehitystiimin kanssa.

Videopeliteollisuuden kasvaessa räjähdysmäisesti yhdessä harraste- ja ammattipelaamisen kanssa myös pelialan ulkopuoliset yritykset ovat hiljalleen alkaneet kiinnostua peleistä. Tai tarkemmin sanottuna pelien kyvystä pitää ihmiset keskittyneinä ja motivoituneina tuntikausia. Ihmiset pelaavat pelejä jatkuvasti: kotona, liikenteessä, matkoilla, kavereitten luona ja jopa työpäikällä ja koulussa. Oikeastaan pelaaminen on mukana kaikkialla, missä on laitteita ja ihmisiä niitä käyttämässä. Jos tällaisen sitoutumisen saisi luotua yrityksen tuotteiden ja asiakaskunnan välille ja/tai yrityksen toiminnan ja työntekijöiden välille, nousisi tuottavuus suurimmalla osalla yrityksistä uudelle tasolle. Pelillistäminen (engl. gamification) pyrkii pilkkomaan pelien sitoutumista lisäävät piirteet irrallisiksi paloiksi ja implementoimaan nämä palaset yritysmaailman ympäristöihin.

Terminä pelillistämisen kehittä – tai ainakin popularisoi – konsulttiyritys Conundra Oy:n perustaja Nick Pelling [1]. Pelillistäminen tarkoittaa pelinkehityksessä hyödynnettävien käsitteiden ja dynamiikan, kuten kilpailun, palkitsemisen, oppimisen ja leikin integraation soveltamista peliteollisuuden ulkopuolella. Sillä pyritään lisäämään ympäristön tai sisällön kanssa vuorovaikuttamisen mielekkyyttä hyödyntämällä yleisiä pelimekaniikkoja kuten pisteitä, saavutuksia, tulostauluja ja vertailua käyttäjien välillä.

Ihmiset saattavat usein sekoittaa pelillistämisen hyötypelisiin (engl. serious games), joten on tärkeää erottaa ne toisistaan. Hyötypelit ovat pelejä, joiden pääasiallinen tarkoitus ei ole toimia viihdykkeenä, vaan oppimisen työkaluna, mainoksena, tiedotteena, terveyden ja hyvinvoinnin edis-

täjänä, koulutusohjelmistona tai tuotannon suunnittelussa ja kehityksessä. Ne käyttävät peliympäristöä viestinnän apuvälineenä ja välittävät tietoa hauskuuden ohella. Vaikka termeillä on paljon yhteneväisyyksiä, hyötypelit ovat kuitenkin pelejä sanan varsinaisessa merkityksessä; eivät ainoastaan pelielementtejä sisältäviä ympäristöjä.

Pelillistämässä on toisin sanottuna kyse enemmän ihmisten motivaatiosta ja käyttäytymispsykologiasta kuin peleistä. Tarkoituksena ei ole ainoastaan tehdä vuorovaikuttamisesta hauskeempaa, vaan myös luoda kestäviä siteitä yritystoiminnan ja kohdeyleisön välille – olipa kohdeyleisönä sitten työntekijät tai asiakkaat. Pelillistäminen tarvitsee kuitenkin pohjan, jonka päälle rakentaa. Sen tarkoitus on nostaa jo valmiiksi olemassaolevaa arvoa, eikä se itsessään tarjoa tarpeeksi viihdykettä ollakseen kiinnostavaa yksinään. Pelillistäminen ei näin ollen pysty myöskään pelastamaan huonoa liiketoimintamallia tai tuotetta.

2 Miksi valita pelillistäminen?

Nyky maailman digitalisoitumisen ja globalisoitumisen myötä yritykset joutuvat jatkuvasti taistelemaan ihmisten huomiosta. Sovellusten, nettisivujen, pelien, sosiaalisen median ja mobiililaitteiden kasvaneen käytön vuoksi ihmiset ovat jatkuvasti kytköksissä heidän huomiotaan tavoittelevaan sisältöön. Diginatiivien – henkilöiden, jotka ovat aloittaneet tietojärjestelmien käytön jo lapsuudessa ja kasvaneet sen mukana – varttuminen osaksi yhteiskunnan työ- ja ostovoimaa on luonut tilanteen, jossa ihmiset ovat tottuneet jatkuvasti muuttuvaan uuteen teknologiaan ja sen mahdollistamaan välittömään palautteeseen ja kommunikaatioon. Uusien sukupolvien sitoutumisen ylläpitäminen vaatii systeemejä, jotka heijastavat heidän tottumustensa mukaista kehittyvää, muuttuvaa ja tuoreena pysyvää maisemakuvaa. Asiakkaan tai työntekijän mielenkiinnon ylläpitäminen tarvittavan ajan verran edellyttää, että he ovat sitoutuneempia haluttuun aktiviteettiin kuin maailman tarjoamiin häiriötekijöihin.

Pelillistämisen pääasiallinen tarkoitus on lisätä tätä sitoutumista pelillistettävän asian ja sen käyttäjien välillä. Se hyödyntää kieltä ja termistöä, jonka väestö on oppinut yhdistämään ei ainoastaan vapaa-aikaan ja hauskuuteen, vaan myös osaksi elämänsä kokemusta. ”MTV:n vuosina 2011 ja 2012 suorittamien tutkimusten mukaan milleniaalit raportoivat, että ”pelimäiset metaforat” pätevät melkein jokaiseen heidän elämänsä aspektiin. Yli puolet myös raportoivat, että ”ikäiseni henkilöt näkevät oikean elämän videopelinä” ja ”voittaminen on sukupolveni iskulause” [2, s. 19]. Peleistä on tullut osa kulttuurillista identiteettiä, ja resonanssi ihmisten arvojen ja näkemysten kanssa auttaa vetämään huomiota puoleensa.

Yritysmaailmassa menestyäkseen tarvitsee paitsi erinomaisia tuotteita ja palveluita myös tapoja erottua massasta. Kuluttajien mieleen jääminen positiivisesti parantaa todennäköisyyttä, että he asioivat yhtiön asiakkaina myös jatkossa. Pelillistämällä voi luoda erilaisen asiakaskokemuksen kuin perinteisillä metodeilla, mikä auttaa tekemään vuorovaikutuksesta muistettavaa. Muistettavat kokemukset myös kasvattavat mahdollisuutta siihen, että asiakas kertoo yhtiöstä lähipiirilleen.

3 Pelillistämisen psykologia

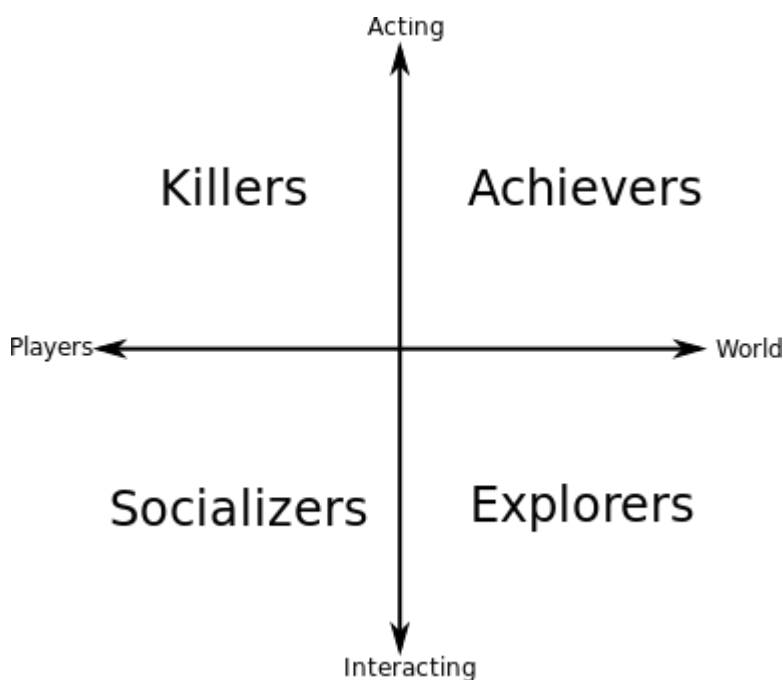
Kohdeyleisön toiminnan ja siihen johtavien syiden ymmärtäminen on erityisen tärkeää, kun pyritään muodostamaan haluttua toimintaa tehostavia systeemejä. Käyttäjien innostaminen onnistuu ainoastaan hyödyntämällä käyttäjälähtöisiä tekniikoita, jotka ottavat huomioon heidän halunsa ja tarpeensa. Koska pelillistäminen lainaa tekniikkansa peliteollisuudelta, on ensin tutkittava, mikä tekee peleistä niin mukaansatempaavia. Miksi ihmiset pelaavat pelejä?

3.1 Pelaajatyypit

Ihmiset pelaavat pelejä eri syistä. Jotkut nauttivat narratiivisten pelien tarjoamasta eskapismista, kun taas toiset pitävät moninpelien sosiaalisista aspekteista. Tohtori Richard Bartle muodosti vuonna 1996 mallin pelaajien kategorisointiin. Hän määritteli mallissaan neljä eri pelaajatyyppeä [3, s. 24].

- Tutkimusmatkailijat (engl. explorers), jotka pyrkivät tutkimaan pelimaailmaa, kartoittamaan sen alueita ja ymmärtämään pelin tarjoamaa sisältöä.
- Suorittajat (engl. achievers), jotka seuraavat pelintekijöiden tai itsensä asettamia tavoitteita ja keräävät mahdollisimman paljon erilaisia saavutuksia tai merkkejä.
- Seurustelijat (engl. socializers), jotka vuorovaikuttavat muiden pelaajien kanssa, luovat yhteisöjä ja jakavat sisältöä.
- Tappajat (engl. killers), jotka ovat kiinnostuneimpia pelien kilpailullisista elementeistä ja muiden pelaajien voittamisesta.

Pelaajatyypien suhteita toisiinsa ja kunkin tyyppin pelityyliä voi kuvata jakamalla ne akseleille toiminta (engl. action) – vuorovaikuttaminen (engl. interaction) ja pelaajat (engl. players) – maailma (engl. world) kuten kuvassa 1.



Kuva 1. Bartlen pelaajatyypit [4]

Bartle on myöhemmin tunnistanut kahdeksan pelaajatyypistä lisää: ystävä (engl. friend), häiritsijä (engl. griefer), hakkeri (engl. hacker), verkostoituja (engl. networker), opportunisti (engl. opportunist), suunnittelija (engl. planner), poliitikko (engl. politician) ja tiedemies (engl. scientist). Alkuperäiset neljä ovat kuitenkin tärkeimmät ja yleisimmät luokat. Ne muodostavat perustan pelielementtien kiinnostavuuden määrittelylle.

Useimmat ihmiset eivät lokeeroidu vain ja ainoastaan yhteen pelaajatyypin. Yleisesti ottaen jokaisella henkilöllä on ainakin jonkin verran kaikkien pelaajatyypin piirteitä eriävissä määrin, mutta tietyn tyypin piirteitä eniten. Yllä olevaa kuvaajaa ei siis tule käsittää niin, että akselit, joille pelaajatyypit on asetettu, kuvaisivat lineaarisesti pelaajien kiinnostusta asioihin puoleen tai toiseen. Tappajat saattavat nauttia lähes yhtä lailla pelimaailmaan tutustumisesta kuin kilpailemisesta muiden pelaajien kanssa. Pelaajatyypin erilaisten kiinnostusten ottaminen huomioon pelillistämisen suunnitteluvaiheessa ja pelillistämisen monipuolistaminen niiden mukaisesti auttaa aktivoimaan kaikenlaisten ihmisten kiinnostusta pelillistettävää sisältöä kohtaan.

Ihmisiä innostavat seikat toimivat polttoaineena motivaatiolle ja lojaaliudelle. Ymmärtämällä pelaajatyyppejä voidaan tarkastella ihmisten moninaisia motivaatioita suorittaa yrityksen näkökulmasta arvokkaita toimintoja. Tämän avulla voidaan luoda systeemejä, jotka lisäävät motivaatiota ja sitä kautta yrityksen tuottavuutta.

3.2 Motivaatio

Motivaatio on ”johonkin toimintaan johtavien motiivien kokonaisuus, vaikuttimet, syyt, perusteet” [5]. Yrity maailmassa puhutaan usein työmotivaatiosta: työntekijöiden halusta suorittaa työtehtäviään yrityksen määrittelemällä tavalla. Kun motivaatio on korkealla, töitä saa tehtyä tehokkaasti ja se näkyy suoraan yrityksen tuottavuudessa. Tämän vuoksi yleinen työhaastattelukysymys onkin: ”Miksi haluat työskennellä täällä?” Yritykset pyrkivät palkkaamaan valmiiksi motivoitunutta henkilökuntaa, joka jaksaa tehdä hommia täydellä teholla mahdollisimman paljon. Jokaisen henkilön motivaatiossa tapahtuu kuitenkin jonkin verran vaihtelua ja jotkut motivaattorit ovat tehokkaampia kuin toiset. Jos pelillistämällä haluaa nostaa työmotivaatiota, on ensin ymmärrettävä, kuinka motivaatio toimii.

Ihmisten motivaatio jakautuu psykologiassa sisäisiin ja ulkoisiin motivaatioihin. Niitä tarkastellessa on muistettava, että ihmisten motivaatio on monimutkaista ja monisyistä. Sisäiset ja ulkoiset motivaatiot eivät ole toistensa täydellisiä vastakohtia, ja ihmisten syyt toimia osuvat yleensä jonnekin niiden välisen spektrin välimaastoon.

3.2.1 Ulkoinen motivaatio

Ulkoiset motivaatiot tulevat henkilön ulkopuolelta, ja niillä pyritään vaikuttamaan henkilön haluun toimia jonkin asian eteen. Kenties yleisimpänä esimerkkinä tästä on palkka. Yritys haluaa työntekijän suorittavan jonkin toiminnon ja maksaa hänelle siitä palkkaa. Asia itsessään ei välttämättä kiinnosta työntekijää lainkaan tai ainakaan niin paljon, että hän tekisi sitä ilman palkkaa. Toisin sanottuna ihmiset arvostavat (tai pelkäävät) ulkoisia motivaatioita niiden itsensä takia. Ne ovat tietyssä määrin irrallisia tehdystä työstä ja useimmiten luonteeltaan konkreettisempia kuin sisäiset motivaatiot.

Ulkoisten motivaatioiden irrallisen luonteen vuoksi niillä voi olla myös negatiivisia vaikutuksia, jos ne koetaan liian pieneksi suhteessa suoritettavaan tehtävään. Tämä pätee erityisesti rahallisiin palkintoihin. MIT:n eli Massachusetts Institute of Technology:n tutkimuksen mukaan liian pienen palkkion voidaan nähdä vähättelevän työn luontaista arvoa ja näin ollen se vähentää ihmisten

sisäistä motivaatiota tehdä työtä. Ilmaiseksi tehty työ voidaan nähdä palveluksena, jonka tekemisestä saa hyvää oloa, mutta viiden dollarin palkkio voi olla naurettavan pieni palkka, jonka eteen ei kannata työskennellä [3, s. 72]. Negatiivisilla ulkoisilla motivaatioilla on useimmiten saman-suuntainen vaikutus.

3.2.2 Sisäinen motivaatio

Sisäinen motivaatio on henkilön omaa halua toimia tietyllä tavalla tai tehdä tiettyjä asioita. Sisäinen motivaatio ajaa toimintoja, joita ihmiset suorittavat ilman erillistä kannustinta. Yleisesti ottaen nämä ovat asioita, jotka ihmiset kokevat itsessään arvokkaiksi. Rajat Paharia jakaa kirjassaan sisäiset motivaatiot viiteen eri kategoriaan [2, s. 28].

- Autonomia (engl. autonomy) eli halu kontrolloida omaa elämää: päätösvalta siihen mitä tekee, milloin ja missä. Autonomia kattaa spektrin täydestä valinnanvapaudesta pelkkään käskyjen totteluun. Suurimassa osasta työpaikkoja autonomia määrä asettuu jonnekin tämän asteikon keskivaiheille, mutta suuremman autonomian tarjoaminen työntekijöille nostaa tutkitusti tehokkuutta ja työntekijöiden sitoumusta [2, s. 29].
- Taituruus (engl. mastery) eli halua oppia ja parantaa ymmärrystään ja osaamistaan. Suuremman taituruuden saavuttaminen voi olla itsessään nautinnollista, mutta se voi johtaa myös muihin etuihin, kuten rahallisiin palkintoihin, jos pystyy johonkin mihin vain harvat kykenevät.
- Tarkoitus (purpose) eli tunne siitä, että on osa jotain itseään suurempaa ja että tehty työ ei ole turhaa. Ihmiset haluavat luontaisesti, että heidän teoillaan, sanoillaan ajatuksillaan ja pelkällä olemassaolollaan olisi jotain väliä. Merkityksettömältä tuntuva työ asettaa kyseenalaiseksi paitsi työskentelyn itsensä myös nopean työtahdin. Jos työllä ei ole väliä, niin miksi sitä pitäisi tehdä tehokkaammin?
- Progressio (engl. progression) eli tunne siitä, että tekee edistystä työn suhteen ja saavuttaa tulosta työllään. Harvardin yliopiston toteuttaman tutkimuksen mukaan eniten kor-

kean motivaation työpäivien kanssa korreloiva faktori oli edistymisen tunne kohti merkityksellistä päämäärää. Tutkimuksessa havaittiin myös, että jopa pienillä voitoilla voi olla suhteettoman suuri vaikutus työmotivaation kasvuun [2, 34].

- Sosiaalinen vuorovaikuttaminen (engl. social interaction) eli halu olla tekemisissä muiden ihmisten kanssa ja löytää paikkansa yhteisön sisällä. Ihmiset ovat sosiaalisia olentoja ja haluavat luonnostaan olla vuorovaikutuksessa toistensa kanssa sekä tuntee yhteenkuuluvuutta kanssaihmiisiensä.

Sisäiset motivaatiot ovat usein myös kytköksissä toisiinsa. Esimerkiksi taituruudella voi saavuttaa sosiaalista statusta ja suurempi autonomian määrä auttaa valitsemaan, keiden kanssa vuorovaikuttaa.

4 Pelillistäminen yritystoiminnassa

Monet yritykset ovat pitkään – jo ennen termin kehittämistä – harjoittaneet pelillistämistä jollakin tavalla. Yleensä tämä on tapahtunut niin kutsuttujen lojaliteettiohjelmien muodossa. Kanta-asiakkaille on tarjottu alennuksia ja tai asiakaskunnan lojaaliutta houkuteltu tarjoamalla joka kymmenes ateria ilmaiseksi. Yhtiön sisäisesti työntekijöiden motivaatiota on saatettu nostaa kuukauden työntekijä -tittelillä. Pelillistäminen ottaa nämä ideat ja vie ne askeleen pidemmälle.

4.1 Arvostettu käytös ja arvokas käytös

Pelillistäjän ja pelillistettävän sisällön käyttäjien käsitykset siitä, mikä on arvokasta toimintaa, eivät välttämättä aina täysin kohtaa. Asiakkaat saattavat esimerkiksi olla kiinnostuneita ainoastaan yhtiön tarjoamista tuotteista, mutta yhtiö haluaisi myös, että asiakkaat jakaisivat käyttökokemuksiaan sosiaalisessa mediassa. Nämä näkökulmat voi jakaa seuraavasti [3, s. 52]:

- Arvostettu käytös (engl. valued behaviour) on kohdeyleisön jo valmiiksi suorittamaa toimintaa. Sillä on entisestään jonkinlaista arvoa käyttäjille.
- Arvokas käytös (engl. valuable behavior) on pelillistäjän näkökulmasta arvokasta toimintaa. Toisin sanottuna asioita, jotka lisäävät yhtiön tuottavuutta ja kasvua.

Pelillistämisen päämääränä on saada nämä käytökset enemmän linjaan toistensa kanssa. Pelillistettävän systeemin tulee sisältää sekä arvostettua että arvokasta sisältöä. Tarkoituksena on, että alkuvaiheessa ihmiset vuorovaikuttavat enimmäkseen arvostetun sisällön kanssa ja voivat tutustua pelillistämiselementteihin omien kiinnostustensa puitteissa. Palkintojen saavuttaessa hyväksyntää käyttäjien mielenkiinto laajenee systeemin muihin osa-alueisiin ja arvokas sisältö muuttuu hiljalleen arvokkaaksi sisällöksi. Hyvin suunnitellun ja toteutetun pelillistämisen avulla arvokkaan ja arvostetun käytöksen Venn-diagrammin voi hivuttaa muistuttamaan enemmän ympyrää kuten kuvassa 2 on kuvattu.



Kuva 2. Pelillistämisen vaikutus

4.2 Käytännön esimerkkejä

Duolingo on kielten opetteluun tarkoitettu palvelu, joka tehostaa oppimista pelillistämällä. Opituntien suorittamisesta saa kokempuspisteitä, joiden avulla voi nousta uusille tasoille eri kategorioissa. Sovelluksessa voi myös ansaita saavutuksia ja verrata päivittäistä kokempuspistemääräänsä muihin käyttäjiin [6].

Maailman suurin ohjelmistoalan yritys Microsoft [7] tutustuttaa nettisivuillaan uusia käyttäjiään kehittämiinsä ohjelmistoihin pelillistämisen avulla. Käyttäjän lukiessa tutoriaaleja ja dokumentteja esimerkiksi Microsoft Azuresta, hän kerää samalla kokempuspisteitä ja nousee kirjallisesti uusille tasoille Azuren käyttäjänä [8].

Nike on tunnettu yhdysvaltalainen urheiluvaatteita ja -jalkineita valmistava yritys. Se tarjoaa urheilun avuksi Nike+ Run Club -nimistä sovellusta, jonka ideana on aktivoida kuluttajia hyödyntämällä pelillistämistä – ja tietenkin myydä Niken tuotteita siinä sivussa. Sovellus sisältää juoksuvalmennusta, edistyksen seuranta, juoksureittien visualisointia kartalla, saavutuksia juoksuennätyksistä, ystäville jaettavia haasteita ja kenkäparilla juostujen kilometrien seuranta. 4,5:n tähden

arvostelu Android Play -kaupassa ja yli kymmenen miljoonaa latausta osoittaa sovelluksen olevan suosittu [9].

Sneakpeek on vähittäismyyntisivusto, joka hyödyntää sosiaalisia pelillistämiselementtejä tehdäkseen shoppailusta hauskeempaa. Ostaminen, jakaminen, tuotteista tykkääminen ja hintojen tarkastelu nettoaa käyttäjälle palkintoja ja kannusteita. Sivustolla on myös tulostauluja, jotka lisäävät kilpailua ostamiseen [3, s. 254].

Kaikki nämä ja monet muut yritykset soveltavat onnistuneesti pelillistämistä halutun toiminnan kasvattamiseksi ja muistamisen arvoisen kokemuksen luomiseksi. Varsinkin Duolingo on tunnettu nimenomaan sen käyttämistä pelillistämiselementeistä ja niiden vaikutuksesta opiskelun tehostamiseen. Näihin työkaluihin tarkasti tutustuminen ja niiden takana olevien konseptien ymmärtäminen auttaa rakennettaessa oman yrityksen tarpeisiin sopivaa ratkaisua.

5 Pelillistämisen työkalut

Pelillistämisessä hyödynnetään peliteollisuudessa käytettyjä käsitteitä ja tekniikoita, mutta mitä tämä oikeastaan tarkoittaa? Pelejä on monenlaisia ja samoin on niiden hyödyntämiä mekanisme. Pelien suunnitteluperiaatteet kuitenkin ovat jokseenkin samoja peleistä toiseen ja tiettyjä universaalisia mekaniikkoja on helppo käyttää myös pelikontekstin ulkopuolella. Nämä mekaniikat eivät ole siis sidonnaisia pelin rakenteeseen, toisin kuin vaikka lyöminen taistelupelissä, vaan useimmiten kuvaavat jotain abstraktia elementtiä konkreettisemmin. Pelillistämisen työkalut voidaan jakaa karkeasti kolmeen eri kategoriaan: pelidynamiikkaan, pelimekaniikkoihin ja anti-pelimekaniikkoihin.

5.1 Pelidynamiikka

Pelidynamiikka on pelimekaniikkojen vuorovaikutuksesta aiheutuvaa toiminnallisuutta. Pelidynamiikan osa-alueet ovat siis pelimekaniikkojen kautta toteutettavia abstraktimpia käsitteitä, jotka halutaan osaksi pelillistettävää systeemiä. Pelimekaniikat tulee valita sen perusteella, millaista pelidynamiikkaa niiden halutaan tukevan.

5.1.1 Palkitseminen

Palkinnot ovat pelillistämisen näkökulmasta jonkin toiminnan suorittamisesta jaettavia fyysisiä, tai virtuaalisia asioita. Palkitseminen voi ottaa monia muotoja: etuoikeuksia, mainetta, rahaa tai ansiomerkkejä. Sen tarkoituksena on kuitenkin tarjota käyttäjille jotain heidän arvostamaansa. Eri palkinnot vetoavat erilaisiin ihmisiin ja jo pelkkä toivo palkinnosta voi nostaa ihmisten motivaatiota merkittävästi, vaikka käyttäjä ei edes näkisi sitä erityisen arvokkaana [3, s. 65]. Käyttäjien arvostamat palkinnot, erityisesti sellaiset, joiden arvo ei tipu ajan mittaan, ylläpitävät motivaatiota pidemmällä aikavälillä paremmin. Uutuudenviehätys laskee ajan myötä, joten on suositeltavaa välttää ajan rappeumalle erityisen alttiita palkintoja.

Palkintojen jakaminen sekä arvokkaiden toimintojen, että arvostettujen toimintojen suorittamisesta auttaa käyttäjiä tutustumaan systeemiin heidän omien motivaatioidensa kautta. Osana tätä tutustumisprosessia palkintoja tulisi jakaa tiheämmin pelin alussa, jotta käyttäjät oppisivat ymmärtämään nopeammin mitä heidän tulee tehdä palkintojen eteen ja kuinka systeemi toimii. Palkintojen jakaminen tulisi kuitenkin painottaa arvokkaiden toimintojen puolelle, koska pelillistämisen pääasiallinen tavoite on lisätä yrityksen tuottavuutta.

5.1.2 Kilpailu

Käyttäjien vertaaminen keskenään johtaa väistämättä kilpailun kehittymiseen. Se motivoi käyttäjiä yrittämään kovempaa kuin muut, oli palkintona sitten tunnustusta, voitoniloa tai jotain konkreettisempaa. Se on myös erinomainen keino pitää huippukäyttäjät sitoutuneina. Kilpailu tarjoaa alati muuttuvan pelikentän, johon voi osallistua helposti, vaikka olisi saavuttanut kaiken muun, mitä pelillistämissysteemillä on tarjota.

Kilpailun lisääminen pelillistettävään materiaaliin on paras tapa aktivoida tappaja -pelaajatyypin lukeutuvia henkilöitä. On kuitenkin tärkeä muistaa, että tämän pelaajatyypin edustajat ovat vähemmistössä. Osa ihmisistä ei nauti kilpailusta käytännössä ollenkaan ja liiallinen kilpailu saattaa nostaa negatiivisia tunteita pintaan ja johtaa epämiellyttävään ympäristöön. Pelillistämiprojektia ei toisin sanoen kannata rakentaa pelkän kilpailun ympärille, jotta käyttäjäkokemus pysyisi positiivisena.

5.2 Pelimekaniikat

Pelimekaniikat ovat tapoja implementoida pelidynamiikkaa käytännössä. Ne määrittelevät pelin – tai tässä tapauksessa pelillistetyn ympäristön – säännöt, käyttäytymisen ja vuorovaikuttamisen rajapinnat. Ne toimivat vuorovaikutuksessa käyttäjän kanssa ja reagoivat ”pelaajan” toimintaan systeemissä. Pelillistämisesssä käytettyjen pelimekaniikkojen avulla voi kuvata käyttäjälle hänen asemaansa, edistystään, taituruuttaan tai hänen tekemiään päätöksiä. Yleisiä pelillistämisesssä hyödynnettäviä pelimekaniikkoja ovat pisteet (engl. points), tulostaulut (engl. leaderboards), saavutukset (engl. achievements), edistymispalkit (engl. progression bars) ja tasot (engl. levels).

5.2.1 Pisteet

Pisteet ovat yksiä tunnistettavimpia pelielementtejä ja ne auttavat kertomaan käyttäjälle, että tämä on pelillistetyssä ympäristössä. Niillä voi ilmaista pelaajalle, mikä on arvokasta tekemistä ja missä määrin. Pisteet voi suhteuttaa asian arvokkuuteen yhtiölle, sen vaatimaan ajalliseen panokseen tai vaikeusasteeseen. Niiden painottamista suunnitellessa pitää ottaa huomioon yhtiön tavoitteet; arvokkaasta käytöksestä tulisi saada enemmän pisteitä kuin arvostetusta käytöksestä.

Pisteet voidaan yleisesti ottaen jakaa kolmeen eri kategoriaan [3, s. 99]:

- Kokempuspisteet (engl. experience points) yksinkertaisesti seuraavat ”pelaajan” progressiota systeemin sisällä. Ne ovat yleensä sidottu tasoihin: keräämällä tarpeeksi kokempuspisteitä nousee uudelle tasolle.
- Lunastettavat pisteet (engl. redeemable points) voi vaihtaa johonkin, mitä pelaaja haluaa. Ne tarjoavat valinnanvapautta ja samalla siis autonomian tunnetta. Pisteillä lunastettavat asiat voivat vaihdella fyysisistä asioista (esim. muki) virtuaalisiin palkintoihin (esim. hieno kehys profiilille).
- Karmapisteet (engl. karma points) ovat pisteitä, joita voi saada toimintansa perusteella. Yleensä niitä sovelletaan foorumeilla tai sosiaalisen median sivustoilla, joissa sisällölle voi antaa äänen ylös- tai alaspäin. Paljon hyviä ääniä saaneet julkaisut nousevat sivuston etusivulle.

Pistetyyppien valintaa pelillistettävään ympäristöön harkitessa tulee miettiä niiden vuorovaikutusta muiden mekaniikkojen kanssa. Esimerkiksi lunastettavia pisteitä ei kannata käyttää tulos- taulujen kanssa, koska niiden lunastaminen vaikuttaa negatiivisesti käyttäjän sijoittumiseen tulos- taululla. Vastaavien ongelmien ratkaisemiseksi saman systeemin sisällä voi myös hyödyntää useantyyppisiä pisteitä.

5.2.2 Tulostaulut

Tulostaulut asettavat käyttäjät järjestykseen jonkin tietyn asian – kuten pisteiden – suhteen. Niiden tarkoitus on näyttää ”pelaajille” heidän sijoittumisensa muihin pelaajiin nähden. Tulostaulun huipulla olevat käyttäjät saavat nauttia asemansa tuomasta statuksesta ja muut voivat verrata menestystään muihin.

Tulostaulua kehittäessä on syytä miettiä, kuinka ison osan käyttäjistä haluaa taululla näyttää. Jos tavoitteena on lisätä parhaiden ”pelaajien” statusta, voi olla tarpeen näyttää vain kärkikolmikko tai parhaat kymmenen – käyttäjien kokonaismäärästä riippuen. Kaikkien käyttäjien asettaminen samalle taululle antaa heille mahdollisuuden verrata itseään kaikkiin käyttäjiin, mutta jos ero itsensä ja ykkössijan välillä on valtava, se voi tuntua musertavalta. Motivaation säilymisen kannalta on tärkeää, että kaikki vaikuttaa saavutettavalta. Jos haluaa antaa kaikille käyttäjille mahdollisuuden verrata itseään muihin, niin kannattaa yksittäisille käyttäjille näyttää vain muutaman häntä lähinnä pisteissä olevan pisteet hänen ylä- ja alapuolellaan. Tämä antaa käyttäjän keskittyä pienen piste-eroon hänen ja häntä ylempänä olevan välillä ja antaa vaikutelman, että hän pystyy voittamaan nämä tulevaisuudessa. Käyttäjää vähemmän pisteitä saaneet auttavat pitämään hänen itsetuntonsa korkealla. Samasta syystä käyttäjälle tulisi näyttää enemmän henkilöitä hänen ala-, kuin yläpuolellaan. Tulostaulujen on tarkoitus tuntua rohkaisevalta ja niiden näyttämä data kannattaa valita tavalla, joka tukee tätä. Tässä viisi eri tapaa pilkkoa tulostaulut [3, s. 102].

- Lokaalisti, jolloin käyttäjät näkevät sijoittumisensa suhteessa heitä maantieteellisesti lähellä oleviin käyttäjiin.
- Sosiaalisesti, jolloin käyttäjät näkevät sijoittumisensa suhteessa ystäviinsä tai seuraajiinsa.
- Kokemuksen mukaan, jolloin tulostaululla näytetään yhdessä ne, jotka ovat viettäneet suunnilleen saman verran aikaa pelillistetyssä ympäristössä.
- Kontekstuaalisesti, jolloin tulostaulut järjestetään jonkin kategorian mukaisesti.
- Ajan suhteen, jolloin tulostaulu näyttää esimerkiksi viikottaisen tai kuukausittaisen sijoittumisen.

5.2.3 Saavutukset

Saavutukset voivat toimia joko virstanpylväinä käyttäjien pitkällä aikavälillä keräämästä asiantuntemuksesta tai olla palkintoja käyttäjien suorittamista hankalista tehtävistä. Ne kuvaavat käyttäjän taituruutta ja tarjoavat tunnustusta hyvin tehdystä työstä. Niitä voi jakaa esimerkiksi ansiomerkkeinä.

Ansiomerkit ovat visuaalisia todisteita käyttäjän suorittamista tehtävistä tai tavoitteista. Niitä on käytetty jo pitkään myös monien oikean elämän saavutusten näyttämiseksi. Partiomerkit ja sotamitalit ovat pitkään testattuja ja tunnetusti toimivia esimerkkejä ansiomerkkien hyödyntämisestä palkintona ja statussymbolina. Ne vetoavat monien sisäiseen keräilyyn ja ovat erinomaisia motivaattoreita kautta laidan. Ansiomerkkien nimien ja ulkomuodon tulisi olla relevantteja ansiioon nähden. Se auttaa pitämään ne ymmärrettävinä ja merkityksellisinä.

Saavutukset toimivat parhaiten silloin, kun muut käyttäjät näkevät ne. Saavutusten antama maine ja status on useimmiten se, mikä tekee saavutuksista haluttavia. Ilman tätä sosiaalista aspektia ihmiset eivät yleisesti ottaen arvosta saavutuksia yhtä paljon kuin sen kanssa [3, s. 75].

5.2.4 Edistymispalkit

Edistymispalkit antavat käyttäjien visualisoida edistymisensä helposti. Niiden avulla voi nähdä suoraan jokaisen suoritettujen toimien vaikutuksen ja lisääntyneen edistymisen. Niillä on myös tapana antaa pieni lisätehostus motivaatioon käyttäjän ollessa lähellä edistymispalkin loppua ja samalla esimerkiksi uutta tasoa.

5.2.5 Tasot

Tasot kuvaavat käyttäjän progressiota ja tasolta toiselle eteneminen voi tuottaa tyydytystä käyttäjälle. Ne toimivat myös statussymbolina ja heijastavat kokemusta tai asiantuntemusta systeemin sisällä. Yleisesti ottaen uudelle tasolle pääsee saavutettuaan tietyn määrän pisteitä, mutta

ne voi myös suunnitella vaatimaan jonkinlaisen haasteen suorittamista pelkän pistemäärän lisäksi. Tärkeintä on, että tasot tuntuvat loogisilta ja ymmärrettäviltä käyttäjille.

Tasolta toiselle edistyminen kannattaa suunnitella ei-lineaarisesti. Jokaisen uuden tason tulisi olla aiempaa vaikeammin saavutettavissa, jotta uudelle tasolle pääsemisen tunteen merkittävyys säilyy. Jotta merkitys välittyisi myös yhteisön sisällä, tulisi käyttäjien tason näkyä esimerkiksi profiilikuvan ohessa kautta systeemin.

5.3 Anti-pelimekaniikat

Anti-pelimekaniikoilla voidaan estää pelillistämisyhteisöjen hyväksikäyttöä. Jos esimerkiksi jokaisesta nettisivulle julkaistusta kommentista saa 10 pistettä, ja 10000 pistettä voi vaihtaa lahjakorttiin, niin tulee olemaan ihmisiä, jotka julkaisevat kommentteja vailla varsinaista sisältöä vain saadaakseen helpon lahjakortin. Ymmärrettävästi pelillistäjä ei halua tämänkaltaista toimintaa sivustolleen, joten ei-haluttua käytöstä pitää hillitä jollain keinolla. Manuaalinen moderointi voi toimia pienellä skaalalla ja on aina hyvä, että joku ihminen valvoo systeemiä, mutta automatisoidut prosessit voivat vähentää huomattavasti moderointiin tarvittavaa työmäärää. Tätä automatiikkaa voi luoda anti-pelimekaniikoilla. Niiden rajoitteet kannattaa asettaa määrään, jota normaalikäytöllä ei yleensä tulisi saavuttaneeksi, mutta systeemiä väärinkäyttämällä saattaisi [3, s. 110].

5.3.1 Jäähdytysajat (engl. Cooldowns)

Jäähdytysaika tarkoittaa, että käyttäjän täytyy odottaa tietty aika ennen kuin hänen suorittamansa toiminnon voi tehdä uudestaan joko ylipäätään tai niin, että siitä saa hyötyä (esim. pisteitä). Jäähdytysaika voi esimerkiksi määritellä, että artikkelin julkaisemisesta nettisivulle saa pisteitä vain, jos käyttäjän edellisestä julkaisusta on kulunut yli viisi tuntia.

5.3.2 Tahtirajoitukset

Tahtirajoitukset tarkoittavat, että jonkin asian voi tehdä vain tietyn monta kertaa, tai siitä voi saada hyötyä (esim. pisteitä) vain tietyn monta kertaa, suhteessa määriteltyyn ehtoon. Tahtirajoitus voi olla esimerkiksi ”5 julkaisua vuorokaudessa”. Ehdon ei ole pakko olla aikamääre, vaan se voi olla myös esimerkiksi suhteessa muihin toimintoihin kuten ”julkaisujen välissä täytyy kommentoida sisältöä, että siitä saa pisteitä.”

5.3.3 Määrärajoitukset

Määrärajoituksilla voi määritellä kuinka monta kertaa tietyn toiminnon voi ylittää suorittaa niin, että siitä saa hyötyä (esim. pisteitä) systeemin sisällä. Esimerkiksi nettisivulla julkaistuista kommentteista voisi saada pisteitä vain kymmeneen tuhanteen kommenttiin asti.

5.4 Työkalujen valitseminen

Työkaluja valitessa täytyy ensin määritellä yrityksen tavoitteet pelillistämisen suhteen. Suuntautuuko pelillistäminen yhtiön sisälle vai ulkopuolelle? Onko tarkoituksena tehostaa työntekijöiden toimintaa vai todennäköisyyttä, että asiakkaat valitsevat yhtiön palvelut myös jatkossa? Olipa päämäärä mikä tahansa, sen tunnistaminen auttaa valitsemaan oikeat keinot sen saavuttamiseen.

Kaikki ympäristöt eivät tue samanlaisia pelimekaniikkoja yhtä luontevasti. Valinnat kannattaa räätälöidä kohdeyleisön ja alustan perusteella. Pisteet ovat hyödyllisiä lähes aina, mutta niiden käyttötarkoitukset voivat vaihdella kontekstista riippuen. Esimerkiksi kilpailullisten ympäristöjen yhteydessä jokaisen käyttäjän pisteet kannattaa lähes aina näyttää muille esimerkiksi erilaisilla tulostauluilla ja specialisaatioon perustuvat ympäristöt kannattaa kyllästä saavutuksilla.

Pelimekaniikkojen tulisi sopia yhteen keskenään ja rakentaa koherentti järjestelmä pelillistettävän sisällön ympärille. Selkeät kytkökset pelimekaniikkojen välillä ja niiden havainnollistaminen

auttaa käyttäjiä ymmärtämään miten pelillistetyssä ympäristössä toimitaan ja kerätään palkintoja. Esimerkiksi edistymispalkkien pitää näyttää selkeästi mitä ne kuvaavat (esim. kokemuspisteitä) ja mitä palkin täytyminen hyödyttää.

6 Teorian yhteenveto

Vaikka pelillistäminen lainaa paljon käsitteitä ja mekaniikkoja peliteollisuuden puolelta, yhtenäisyys varsinaisten pelien ja niiden kehittämisen kanssa on lähinnä nimellistä. Pelillistämisen tehokkuus ei nojaa pelien tavoin viihdearvoon, vaan ymmärrykseen ihmisten käyttäytymisestä ja motivaatiosta.

Ihmisten kiinnostus erityyppisiin asioihin painottuu useimmiten johonkin suuntaan, mutta ei eksklusiivisesti. Pääsääntöisesti kilpailusta nauttiva henkilö voi pitää yhtä lailla saavutusten keräämisestä. Motivaatio ei ole yksiselkoinen asia ja se on usein yhdistelmä ulkoisia ja sisäisiä motivaatioita. Tästä jaosta sisäiset motivaatiot ovat vahvempia, mutta myös hankalampia aktivoida. Monipuolisuuden lisääminen pelillistämisyhteisöihin sisällä auttaa varmistamaan, että kaikenlaiset käyttäjät löytävät jotain, mikä kiinnostaa tai motivoi heitä. Se myös vähentää monotonisuutta ja antaa käyttäjille enemmän asioita, joista innostua.

Yritystoimintaa pelillistettäessä täytyy erottaa toisistaan arvostettu ja arvokas käytös. Koska käyttäjien motivaatio ei ole aina yhdenmukainen yritysten tavoitteiden kanssa, tulee pelillistettävän ympäristön keskittyä alkuvaiheessa ihmisten kiinnostuksen herättämiseen käyttäjälähtöisesti. Onnistunut pelillistämisyhteisö luo motivaatiota ja kiinnostusta vuorovaikuttaa muun sisällön kanssa orgaanisesti ajan myötä.

Pelidynamiikat ovat järjestelmän taustalla toimivia konsepteja, kuten kilpailu ja palkitseminen, jotka ilmentyvät pelimekaniikojen kautta. Pelillistämässä sovellettavat pelimekaniikat ovat keinoja konkretisoida käyttäjille heidän saavuttamaansa edistystä, kokemusta, saavutuksia, statusta tai heidän tekemiään valintoja. Anti-pelimekaniikoilla voi puolestaan rajoittaa käyttäjien toimintaa systeemin sisällä ja estää väärinkäytöksiä.

Pelillistämistä suunniteltaessa on ymmärrettävä yhtiön ja projektin päämäärät ja valittava niitä tukevia pelidynamiikkoja ja pelimekaniikkoja. Pelimekaniikojen täytyy myös toimia yhdessä ja välttää mahdollista ristiriitaisuutta järjestelmän toiminnan sisällä. Työkalujen implementaation tulee olla helposti ymmärrettävää ja käytettävää.

Tämän teorian määrän pohjalta nousee esiin yleispäteviä sääntöjä, jotka kannattaa pitää mielessä pelillistämistä suunnitellessa. Näistä koottu lista ohjesääntöjä pelillistämiprojekteja varten on seuraavanlainen:

- Pelillistämisen tulee olla apu ja motivaattori halutulle toiminnalle, ei toiminto itsessään.
- Pelillistämisellä täytyy olla päämäärä, joka on selkeä ja samassa linjassa yhtiön tavoitteiden kanssa.
- Kohdeyleisön motivaatioiden ymmärtäminen on elintärkeää onnistuneen pelillistämisen kannalta.
- Pelillistämiprojektia suunnitellessa tulee yrityksen erottaa toisistaan arvokas ja arvostettu käytös, sekä pohtia rajapintoja näiden välillä.
- Pelillistäminen on tehokkainta silloin, kun se on kytköksissä aktiviteetteihin, joita käyttäjät ovat valmiiksi halukkaita tai edellytetyjä suorittamaan.
- Pelillistämisen onnistuminen edellyttää tiheähköä vuorovaikutusta käyttäjien ja pelillistettävän sisällön välillä.
- Pelillistämisen täytyy olla intuitiivista ja integroitua sulavasti pelillistettävään sisältöön.
- Pelillistämistä ei tule rakentaa vain yhden pelidynaamisen konseptin varaan.
- Pelimekaniikat täytyy valita niin, että ne tukevat toisiaan ja eivät ole ristiriidassa keskenään.
- Mahdollisuudet pelillistämisyhteemien hyväksikäyttöön tulee estää tai minimoida anti-pelimekaniikoilla.

7 Aitosupport Oy:n pelillistäminen

Osana tätä opinnäytetyötä kehitettiin Aitosupport Oy:n tarpeisiin pelillistämistä hyödyntävä projekti. Projekti toteutettiin yhteistyössä Aitosupportin ohjelmistokehitystiimin esimiehen kanssa, joka valvoi projektin edistymistä, tarjosi ideoitaan ja näkemyksiään, sekä osallistui teknisen puolen toteuttamiseen. Aiemmin käytyä teoriaa sovellettiin yhtiön liiketoimintaa tukevan pelillistämismallin muodostamiseksi ja implementoimiseksi. Parhaan pelillistämistavan valitsemiseksi tarkasteltiin ensin, miten Aitosupport yhtiönä toimii.

7.1 Aitosupportin liiketoimintamalli

Aitosupport tekee yhteistyötä sekä henkilöasiakkaiden, että yritysasiakkaiden kanssa mobiililaitteiden ja digitalisaation saralla. Yhtiön pääasiallinen toiminta rakentuu kuitenkin Samsung -brändin mobiililaitteiden korjaamisen ympärille. Suomessa myydään vuosittain yli 2 miljoonaa puhelinta ja Samsungin kuuluu myydyimpien brändien joukkoon [10]. On siis selvää, että Aitosupportin asiakaskunta on laaja, mutta käyttää yhtiön pääasiallisia palveluita vain harvoin ja palveluiden ostaminen johtuu lähes täysin asiakkaiden tarpeesta. Yksikään asiakas ei ala korjauttamaan ehjää puhelinta. Asiakkaita on silti paljon ja huoltoprosessien nopeus on Aitosupportin tuottavuuden kulmakivi; huoltaahan huoltotiimi kuukausittain tuhansia laitteita. Nopea ja taitava huoltohenkilökunta pitää jonot lyhyinä ja asiakkaat tyytyväisinä.

7.2 Projektin suunnittelu

Mobiililaittehuolto oli selkeä valinta yhtiön pelillistämiseksi. Sen toiminta koostaa isoimman osan alueen yhtiön tuotosta ja näin ollen projekti saa maksimaalisen hyödyn huollon tehostamisesta. Pelillistämisen ohjesääntöjen mukaisesti projekti rajattiin koskemaan huollon toiminnasta sitä osa-alueita, jossa käytön tiheys suhteessa käyttäjien määrään on tihein: huoltotiimiä. Toisin sanottuna asiakkaat rajattiin projektin ulkopuolelle ja projektin tavoitteeksi muodostui Aitosupportin sisäisen toiminnan tehostaminen.

Ohjesääntöjen mukaisesti pelillistäminen päätettiin integroida osaksi toimintoja, joita huoltotiimi suorittaa jo valmiiksi, eli laitteiden huoltoa ja huoltojen kirjausta yhtiön käyttämään tietojärjestelmään. Projektissa sovellettaviksi pelimekaniikoiksi valikoituivat pisteet, tulostaulut ja saavutukset, koska ne tarjosivat selkeän tavan konkretisoida huoltotöiden suorittamisesta kertyvää dataa ja keinon lisätä tämän datan läpinäkyvyyttä työyhteisölle.

7.2.1 Pisteet ja tulostaulut

Huoltojen suorittamisesta ja niiden kirjaamisesta tietojärjestelmään saa pisteitä. Työn kirjaamisesta saatava määrä on staattinen, kun taas laitteen huollosta kerättävien pisteiden määrä on verrannollinen laitteeseen vaihdettujen osien määrään. Osien määrä oli ainoa objektiivinen ja järkevästi sovellettava mittapuu kunkin laitteen huollon vaikeuden kuvaamiseksi, joten yksittäisestä huollosta saatava pistemäärä määritellään sen kautta.

Pisteitä näyttävä tulostaulu valittiin pilkottavaksi ajan suhteen. Aitosupportin yleiselle Microsoft Teams -kanavalle julkaistaan botin välityksellä kuukausittain vaihtuva Top 5 huoltajaa -tulostaulu, josta näkee silloisen kuukauden viisi eniten pisteitä kerännyttä huoltajaa ja heidän pisteensä. Pisteet siis nollautuvat kuukausittain, jotta huoltajilla on mahdollisuus aloittaa jokainen kuukausi puhtaalta pöydältä ja pyrkiä huoltotoiminnan huipulle huolimatta siitä, miten edellinen kuukausi on sujunut.

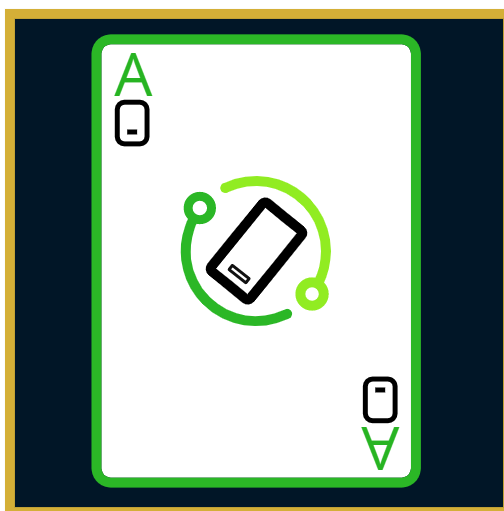
Top 5 huoltajaa -tulostaululla vain viiden huoltajan näyttämisen syy on kaksijakoinen. Vain parhaan viiden näyttäminen antaa tulostaululle pääseville ”mainetta ja kunniaa” ja aktivoi tästä kiinnostuneiden pelaajatyyppien sisäistä motivaatiota. Se myös varmistaa, että kukaan ei koe huononmuuden tunnetta, vaikka sattuisi jonain kuukautena keräämään vähiten pisteitä koko yhtiössä. Tämä saattaisi laskea motivaatiota ja olisi näin ollen projektin tavoitteiden vastaista.

7.2.2 Saavutukset

Saavutusten tarkoitus on antaa huoltajien nähdä kuinka paljon he ovat Aitosupportilla työskennellessään saaneet aikaiseksi ja samalla lisätä heidän progressionhaluunsa liittyvää sisäistä motivaatiota. Saavutukset auttavat konkretisoimaan tämän data paremmin käsitettävään muotoon, visualisoivat virstanpylväitä ja toivon mukaan näyttävät hienolta huoltajien silmissä. Ne julkaistaan Teams-botin avulla Aitosupportin yleiselle kanavalle yhdessä saavuttajan nimen kanssa. Saavutuksia on kolmentyyppisiä:

- Sijoittuminen kuukauden Top 5 huoltajaa -listalle.
- Tietojärjestelmään kirjattujen huoltojen määrä.
- Suoritettujen huoltojen määrä.

Top 5 -saavutukset varmistavat, että huoltajalle jää merkki hänen pääsemisestään kuukauden parhaiden huoltajien listalle. Niitä saa lisää perustuen siihen, kuinka monta kuukautta peräkkäin pysyy listalla – joko ylipäätään tai listan ensimmäisenä. Top 5 -saavutukset edustavat huoltajan taituruutta työyhteisön sisällä ja niiden saavuttaminen vaatii konsistenttia tehokkuutta ja vahvaa työmoraalia. Top 5 -saavutusten ikoneilla on kultaiset reunat ja taituruutta kuvaavia nimiä, kuten kuvassa 3.



Kuva 3. Huoltajaässä -saavutuksen ikoni

Huoltojen kirjaamista koskevien saavutuksien nimiksi valittiin intertekstuaalisia viittauksia joh-
tuen kirjaamisen ja kirjallisuuden välisestä luonnollisesta assosiaatiosta. Ikoneille valittiin tähän
teemaan sopivasti ruskeat reunat.



Kuva 4. Tuhannen ja yhden yön huollot -saavutuksen ikoni

Suoritettujen huoltojen saavutusten nimiksi tuli joko jollain tavoin kyseiseen lukumäärään viittaa-
via nimityksiä tai yleisiä positiivisia ilmauksia. Näillä ikoneilla on Aitosupportin logossa käytetyn
vihreän väriset reunat symboloimassa huollon tärkeyttä osana yhtiön toimintaa ja yhtiön ympä-
ristöystävällisiä arvoja, kuten kuvassa 5.



Kuva 5. Aitoa huoltoa -saavutuksen ikoni

Saavutuksien ikoneissa käytettävät värit on lueteltu seuraavassa taulukossa:

Nimi	Hex-koodi
Kultainen	#D4AF37
Musta	#000000
Sininen	#011627
Ruskea	#654321
Tummanruskea	#392613
Tummanvihreä	#2bb726
Vaaleanvihreä	#91ec22
Valkoinen	#FFFFFF

Taulukko 1. Saavutusikonien värit

Osa valituista väreistä oli yhtiölle jo valmiiksi tunnusomaisiksi muodostuneita. Tummanvihreä ja vaaleanvihreä olivat osana Aitosupportin logoa. Sininen on puolestaan sama sininen kuin yhtiön nettisivun taustassa [11]. Muut värit valittiin niiden visuaalisen yhteensopivuuden ja tavoiteltujen miellelyhtymien perusteella.

7.3 Huollon pelillistämisen tulevaisuus

Tulevaisuudessa tulee olemaan tärkeää seurata systeemin tarjoamaa dataa, jotta voidaan mitata pelillistämisen vaikutusta huoltotoiminnan tehokkuuteen ja työntekijöiden motivaatioon. Myös keskustelu huoltajien kanssa, tai heidän näkemyksensä selvittäminen projektin vaikutuksesta esimerkiksi kyselymuodossa olisi suotavaa.

Projekti on luonut Aitosupportin huollon pelillistämiseksi alustan, jonka päälle voi rakentaa tulevaisuudessa lisää toiminnallisuutta ja käyttötarkoituksia. Projektin rajallinen laajuus jättää vielä paljon mahdollisuuksia lisäkehitykselle. Tässä muutama idea tulevaisuuden varalle:

- Työntekijöiden avaamat saavutukset voisi kaikki julkaista Teams -botin välityksellä myös työntekijän ja botin väliseen yksityiseen keskusteluun, jotta työntekijät voisivat rauhassa tarkastella kaikkia avaamiaan saavutuksia kerralla.
- Työntekijöille voisi tietyin aikavälein julkaista Teams -botin välityksellä työntekijän ja botin väliseen yksityiseen keskusteluun kuinka kaukana hän on seuraavasta saavutuksesta. Vaihtoehtoisesti tämän voisi tehdä työntekijän ollessa tietyn prosenttiosuuden päässä seuraavasta saavutuksesta.
- Saavutustyyppinä voisi monipuolistaa entisestään. Esimerkiksi saavutusten kerääminen huoltotöistä, joiden suorittamisessa on joutunut vaihtamaan erityisen monta osaa mobiililaitteeseen tai saavutuksia uudesta päivittäisestä, viikottaisesta tai kuukausittaisesta huollettujen laitteiden määrän ennätyksestä.
- Teams-botin avulla voisi julkaista yleiselle kanavalle myös tulostauluja eri huoltopisteiden kokonaispistemääristä suhteutettuna huoltopisteiden työntekijöiden määrään.

8 Yhteenveto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kerätä tietoa pelillistämässä hyödynnettävistä tekniikoista ja ymmärtää niiden taustalla vaikuttavia tekijöitä. Pyrkimyksenä oli muodostaa kerättyyn tietoon pohjautuvia ohjesääntöjä ja suunnitella sekä toteuttaa näiden avulla toimeksiantajan eli Aitosupport Oy:n toimintaa tukeva pelillistämiprojekti. Lopputulos onnistuu kattamaan tärkeimmät pelillistämisen teoriaan liittyvät käsitteet ja periaatteet sekä kiteyttämään ne helposti ymmärrettäviksi ohjesäännöiksi. Pelillistämiprojektin tuottaman hyödyn määrä tulee käymään selväksi vasta pidemmällä aikavälillä ja sen seuraaminen jäi näin ollen tämän opinnäytetyön laajuuden ulkopuolelle. Projekti kuitenkin seisoo vahvalla teoreettisella pohjalla ja on rakenteeltaan helposti skaalautuva, joten sen tulevaisuus näyttää lupaavalta.

Pelillistäminen osoittautui kaiken kaikkiaan mielenkiintoiseksi tavaksi sovittaa pelimaailman innostusta lisääviä osia oikean elämän kanssa. Päälimmäisenä työn kehittämistä jäi mieleen pelien ja pelillistämisen erot ja pelillistämisen lähtökohdat. Pelit ovat itsessään kokonaisuuksia, kun taas pelillistäminen kannattaa rakentaa osaksi olemassa olevaa kokonaisuutta. Pelillistämisen tarkoitus on tuoda lisäarvoa muille asioille, kun taas pelit pyrkivät viihdyttämään. Pelillistäminen tekee onnistuessaan sisällöstä edustavampaa ja vuorovaikuttamisesta mielenkiintoisempaa, mutta ilman kunnollista sisältöä pelillistetyin ympäristöin kanssa vuorovaikuttamisen kokemus jää ontoksi. Pelillistämässä tulee ottaa huomioon käyttäjien olemassa olevat syyt vuorovaikuttaa sisällön kanssa ja rakentaa sen päälle.

Pelillistämistä suunnitellessa tulee tarkastella yhtiön tavoitteita ja käyttäjien syitä hyödyntää pelillistettävää ympäristöä sekä tunnistaa kohdat, joissa nämä kaksi yhtenevät. Pelillistämisen kannattaa hyödyntää näitä rajapintoja projektin lähtökohtana. Työkalut valitaan ympäristöä ja käyttäjäkuntaa silmällä pitäen.

Opinnäytetyö tarjosi minulle mahdollisuuden tutustua pelisuunnittelun perusperiaatteiden takana piilevään psykologiaan ja tarkastella sekä soveltaa näitä periaatteita uudesta näkökulmasta. Opin ajattelemaan syvemmin peleissä esiintyviä hienovaraisempia mekaniikkoja kuten pisteitä ja niiden vaikutusta käyttäjäkokemukseen. Projekti auttoi minua myös ymmärtämään paremmin yritysmaailman tarpeita ja niiden suhdetta asiakkaiden/työntekijöiden motivaatioihin.

Lähteet

Artikkelit:

1 Mediterranean Journal of Social Sciences. Usage of Gamification Theory for Increase Motivation of Employees. 2015. Saatavilla: <https://www.mcser.org/journal/index.php/mjss/article/view/5674/5470>.

10 Heikki Arola. Suomessa myydään 2,2 miljoonaa puhelinta, Samsung ja Apple yhä suosikit. Helsingin sanomat 2015. Saatavilla: <https://www.hs.fi/talous/art-2000002874254.html>

Kirjat:

2 McGraw-Hill Education. Loyalty 3.0: How Big Data and Gamification Are Revolutionizing Customer and Employee Engagement. Rajat Paharia; 2013

3 John Wiley & Sons, Inc. Business Gamification for Dummies. Kris Duggan, Kate Shoup; 2013

Sivustot:

4 Wikipedia chracter theory chart. Saatavilla: https://en.wikipedia.org/wiki/File:Character_theory_chart.svg.

5 Suomisanakirja motivaatio. Saatavilla: <https://www.suomisanakirja.fi/motivaatio>.

6 Duolingo. Saatavilla: <https://www.duolingo.com/>.

7 Statista – Largest software and programming companies worldwide by sales revenue from 2017 to 2020. Saatavilla: <https://www.statista.com/statistics/790179/worldwide-largest-software-programming-companies-by-sales/>.

8 Microsoft Azure. Saatavilla: <https://docs.microsoft.com/fi-fi/learn/azure/>.

9 Android Play Store. Nike Run Club. Saatavilla: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.nike.plusgps&hl=fi&gl=US>.

11 Aitosupport Oy kotisivut; Saatavilla: <https://aitosupport.fi/>.