

Toepassing van serious games of gamificatie in assessments



Bij sommige werkgevers leeft het idee dat assessments snel en leuk moeten zijn, zodat zij kandidaten makkelijker aan de haak slaan. Hiervoor zetten zij bij assessments ook in op ‘serious games’ en ‘gamificatie’. Zijn dit slechts modewoorden en trends die zullen verdwijnen? Of doet óók u er goed aan hiermee aan de slag te gaan in uw werving-en-selectieproces?

Voor een antwoord op deze vragen zijn eerst andere vragen belangrijk. In dit artikel wordt gezocht naar de antwoorden:

- Wat betekenen de begrippen serious games en gamificatie?
- Hebben organisaties serious games of gamificatie nodig?
- Hoe kunnen games en gamificatie worden geïmplementeerd in assessments en deze verbeteren?

Om te beginnen zijn gamificatie en serious games twee aparte concepten die vaak met elkaar verward worden. Gamificatie is gedefinieerd als ‘het gebruik van op games gebaseerde mechanismen, esthetiek en game-denken om mensen te betrekken, tot actie aan te zetten, zelfontwikkeling te stimuleren en problemen op te lossen’. Er is dus sprake van gamificatie als spelelementen worden ingezet bij iets wat zelf geen spel is.

Een serious game is wél het spel zelf. Serious games bestaan al veel langer. Zo werd begin jaren 80 voor het Amerikaanse leger een spelsimulatie van een tank ontwikkeld. Dit spel had een serieus doel: het ging erom hoe militairen effectief konden zijn in een oorlog. Dat sluit aan op de meest gangbare definitie van serious games: ‘games die niet vermaak, plezier of lol als hoofddoel hebben’.

Serious games en gamificatie kennen diverse voor- en nadelen. Die kunnen u helpen bepalen of een spel(element) bij een assessment van meerwaarde kan zijn.

Spelelementen werken

Spelelementen werken omdat ze mensen controle en doelen geven. Bovendien wijst onderzoek uit dat game-gebaseerde assessments, die zachte vaardigheden (aanpassingsvermogen, flexibiliteit, veerkracht en besluitvorming) meten, de individuele werk- en academische prestaties betrouwbaarder kunnen voorspellen dan persoonlijkheidstests en cognitieve vaardigheidstests.

Tijdens traditionele assessments is een kandidaat vaak vatbaar voor vooroordelen rond sociale acceptatie, wat ertoe leidt dat hij zijn reactie aanpast aan wat hij denkt dat de werkgever zoekt, maar wat niet zijn eigen unieke eigenschappen weerspiegelt.

Bij ‘gamified’ assessments die goed ontworpen zijn, is het echter vaak moeilijk om het gedrag of de eigenschappen die worden beoordeeld te herkennen, waardoor vooroordelen een minder grote invloed hebben.

Risico bij gamificatie en serious games

Helaas is er geen garantie op succes. Uit onderzoek blijkt dat ongeveer 80% van de inspanningen op het gebied van gamificatie en serious games mislukken. De belangrijkste redenen zijn het niet halen van de gestelde doelen en een slecht game design.

Zo is de toevoeging van controle (die door gebruikers hoog wordt gewaardeerd en bijdraagt tot intrinsieke motivatie) vaak slecht ontworpen, waardoor de spelelementen niet werken zoals ze zouden moeten, met als gevolg dat gamified oplossingen als demotiverend worden ervaren.

De taken lijken bijvoorbeeld kinderachtig of overgesimplificeerd. Daarnaast kunnen spelelementen (met beloningen) tot ongewenste gedragingen aanzetten en afleidend zijn.

Zorg voor duidelijkheid over doelgroep en resultaat

Serious games en gamificatie bevatten elementen die waarde kunnen toevoegen, maar die ook als een gimmick kunnen aanvoelen als ze niet zorgvuldig worden toegepast. Ook is er vaak onduidelijkheid over deze concepten en hoe ze een organisatie kunnen helpen.

Als u bepaalde spelelementen wilt toepassen in een assessment van een sollicitant, moet u eerst goed uw doel bepalen. Is bijvoorbeeld het doel de kracht van het werkgeversmerk en de betrokkenheid van kandidaten te vergroten tijdens een wervingscampagne voor afgestudeerden, dan is het advies een spel te ontwikkelen met mechanismen die u helpen dat resultaat te bereiken. Dezelfde elementen hebben echter misschien niet dezelfde impact als u ze gebruikt in een leiderschapstraject.

Houd dus rekening met twee pijlers:

- Doelgroep: wie is uw doelgroep? Hoe wilt u dat ze het proces ervaren? Waarom is dit essentieel?
- Resultaat: wat is uw beoogde resultaat? Wat levert het uw organisatie op? Hoe wilt u de impact meten?

Misverstanden en veronderstellingen

Sommige assessmentaanbieders kiezen ervoor zich niet op games te concentreren, terwijl andere dat wel doen. Een belangrijke overweging hierbij is hoe de gebruikers – in dit geval de kandidaten voor een vacature – een serious game ervaren. Over de gebruikers bestaan wat veronderstellingen en misverstanden.

- Ten eerste de aanname dat een gegamificeerd proces alleen voor jongere mensen is. Onderzoek van TalentLMS suggereert dat 90% van de werknemers van 45 jaar of ouder denkt dat hij waarschijnlijk productiever zou zijn als het werk meer game-achtig zou zijn.
- Ten tweede de aanname dat assessments leuk moeten zijn en niet moeten aanvoelen als echte tests. Functiegerelateerdheid is echter belangrijk voor de waargenomen eerlijkheid. Een andere bepalende factor hiervoor is de mogelijkheid voor kandidaten om hun kwaliteiten te laten zien. Tests die niet over de functie gaan, zorgen sneller voor negatieve reacties en merkschade. Kandidaten geven meestal de voorkeur aan persoonlijkheidstests en functiegerelateerde assessments.
- Ten derde de aanname dat kandidaten zo weinig mogelijk tijd willen besteden aan assessments. Zo zou een duur van langer dan vijf minuten de ervaring op een negatieve manier beïnvloeden. Echter, het zijn juist te korte assessments die als minder geloofwaardig worden ervaren. Kandidaten willen namelijk een serieuze kans krijgen om zichzelf te bewijzen. De voorkeur gaat uit naar tests van 10 tot 30 minuten.
- Ten slotte willen kandidaten functierelevante beoordelingen die te begrijpen zijn, zoals werkvoorbeelden en tests op functie-kennis. Er is een duidelijke ontevredenheid over de relevantie van het assessment, de lengte van het assessment en de hoeveelheid feedback

tijdens het assessment. Deze factoren zijn van invloed op de kans dat iemand verder komt in het selectieproces. Als gevolg hiervan zullen kandidaten die ontevreden zijn over het assessmentproces ook minder snel de organisatie aanbevelen bij anderen.

Dit alles tezamen maakt het voor assessmetaanbieders erg uitdagend om spelelementen te gebruiken in assessments.

Game-ontwerp voor assessments

Mogelijk bent u op een gegeven moment vanuit uw HR-rol betrokken bij het game-ontwerp voor een assessment. Er zijn dan een aantal punten die het overwegen waard zijn.

In het algemeen geldt dat serious games en gamificatie alleen succesvol kunnen zijn als u mikt op specifieke psychologische kenmerken van een kandidaat en u spelelementen kiest om die kenmerken te beïnvloeden. Deze factoren zijn van belang bij het game-ontwerp:

- Gebruikersgerichte ervaringen: zorg dat u heel goed begrijpt wat de ervaring van de kandidaten zal zijn tijdens de interactie met de spelomgeving.
- Aanpassingsvermogen: een spel moet zich in zekere mate kunnen aanpassen aan de beslissingen en het gedrag van de kandidaat.
- Standaardisering van de methodologie en evaluatiemechanismen: definieer wat precies wordt gemeten via het spel, hoe u de kandidaat beoordeelt en wanneer de kandidaat goed presteert.
- (Virtuele) verbondenheid: dit geldt ook op een functioneel niveau. Kandidaten moeten het gevoel hebben dat wat zij doen zinvol is en verband houdt met de activiteiten in de 'echte wereld'. Als een chirurg een virtuele operatie uitvoert, moet hij het gevoel hebben dat het echt is, inclusief de angst en intensiteit.

Op zintuigen gebaseerde benadering: creëer game-ervaringen die de zintuigen op een realistische manier prikkelen en de werkelijkheid weerspiegelen.

Gezond verstand bij serious games en gamificatie

Al met al is het inzetten van serious games en gamificatie bij assessments een complex thema. Gebruik uw gezonde verstand en wees kritisch op deze concepten. Een helder beeld van uw doel en doelgroep helpt u bij het realiseren van een betrouwbaar gamified assessment.

Serious game voor assessment van manager is lastiger

Functies op het gebied van productie, engineering, geneeskunde, logistiek, supply chain of ICT kunnen gebruikmaken van games en gamified ervaringen die nuttig zijn door hun 'eenvoud'. Voorbeelden zijn het repareren van een motor in een virtuele ervaring, duiksimulaties voor monteurs van booreilanden of operatiesimulaties voor medici.

Voor functies die niet één correcte aanpak hebben, maar een veelheid van perspectieven die kunnen worden gebruikt om een situatie op te lossen, is het een grotere uitdaging om een serious game waardevol te laten zijn.

Inspanning

Denk aan functies op het gebied van ondernemerschap, handel, leiderschap en management. Deze functies vergen meer inspanning bij het game-ontwerp om er zeker van te zijn dat u alle mogelijke uitkomsten implementeert, de acties van de kandidaat correct meet en de kandidaat voorziet van passende feedback.

Dit verdiepingsartikel is geschreven door Lucas Ellinikakis, senior talent consultant bij [SHL](#), e-mail: lucas.ellinikakis@shl.com

Dit is een artikel van de redactie van HR Rendement

HR Rendement is dé informatiebron voor HR-professionals die hun organisatie verder willen helpen. De insteek is: hoe kan een HR-adviseur, HR-medewerker of andere HR-specialist bijdragen aan een beter rendement van personeel en arbeid? HR Rendement behandelt onderwerpen zoals wijzigingen in wet- en regelgeving, ontwikkelingen in het arbeidsrecht, fiscaal voordelige beloningsvormen, arbeidsvoorwaarden, arbeidsomstandigheden, personeelssubsidies en de inzet van HR-instrumenten en personeelsdata.

De onafhankelijke en ervaren redactie van HR Rendement zit bovenop het nieuws en vertelt u als eerste wat deze ontwikkelingen zijn. Altijd in heldere taal en met een praktische insteek, zodat u de informatie direct kunt vertalen naar uw eigen werksituatie. HR Rendement is daarnaast multimediaal. De voor uw vakgebied relevante informatie verschijnt:

- ✓ dagelijks op het digitale platform Rendement Online, waar u onder meer het laatste nieuws, checklists, rekentools, maatwerkbrieven en verdiepingsartikelen tot uw beschikking heeft;
- ✓ wekelijks gebundeld in een e-mailnieuwsbrief;
- ✓ maandelijks in het vakblad HR Rendement, boordevol nieuws en achtergrondartikelen, digitaal en op de mat;
- ✓ tweemaandelijks in een handzaam themadossier: een pocketboekje dat iedere editie een complex onderwerp uitdiept.



Rendement is een succesvolle uitgeverij van met name praktische vakbladen en digitale ondersteuning.

Het assortiment bestaat uit een crossmediaal portfolio: van printuitgaven zoals magazines en themadossiers tot online ondersteuning in de vorm van digitale naslagwerken, e-nieuwsbrieven, een vragenservice en tools.

www.rendementuitgeverij.nl