

TomTom e Gamification: la flotta scommette sulla persona

Publicato in data 27 dicembre 2016 da **Simone Arnulfo**



ARTICOLI CORRELATI

CES 2017: Continental e veicoli smart, tra tecnologia e connettività

Clienti e mercato europeo premiano binomio Fiat Ducato – camper

Scarpe antinfortuno: con Sparco il lavoro è una passeggiata

EIMA 2016: Michelin punta sulla gamma VF AxioBib 2

L'azienda **TomTom** gioca di concetto: attraverso la "gamification" e puntando sulle competenze di chi lavora, mira a migliorare il lavoro professionale e la qualità prodotta.

La gamification nel monitoraggio delle flotte

Mantenere alti standard nello stile di guida dei dipendenti è molto importante per le aziende che hanno una flotta aziendale; ma come è possibile raggiungere alti livelli qualitativi?

Cambiare e "levigare" diversamente il comportamento di un conducente non è un compito semplice, tuttavia miglioramenti in questo senso sono molto importanti per ridurre costi e rischi al volante.

Tra le diverse tecniche che si possono mettere in campo, emerge il concetto della gamification. Ma cosa si intende con questo termine? E cosa può significare in senso pratico per gli operatori delle flotte?

Un nuovo stile di lavoro

La gamification è un concetto molto ampio, ma in pratica significa utilizzare le dinamiche del gioco per coinvolgere e motivare le persone.

Il principio di base non è nuovissimo, ma la cosa interessante è che sembra stia confermando una sua solida posizione nel mondo degli affari.

Il Report di Gartner "Gamification 2020" prevede che la gamification nel business sarà, nei prossimi anni, in forte crescita. Nell'ambiente aziendale, dove il mancato coinvolgimento dei dipendenti può significare un notevole ostacolo per lo sviluppo del business, i sostenitori della gamification credono che possa essere una strategia utile al raggiungimento degli obiettivi fissati.

Il mondo del lavoro è comunemente visto come un qualcosa completamente diverso dal gioco; nonostante ciò si ritiene che l'impiego di alcune dinamiche ludiche possa incoraggiare cambiamenti nei comportamenti dei dipendenti.

L'introduzione di stimoli come il senso di competizione, i premi e i riconoscimenti, possono far emergere variazioni nelle decisioni giorno per giorno. Nel caso dei conducenti, questo potrebbe significare influenzare le decisioni quotidiane al volante.

Sembra semplice a parlarne preliminarmente, ma quali sono le reali dinamiche?

La psicologia come impulso iniziale

Per quanto possa sembrare strano parlarne nel settore del fleet management, la psicologia è nel cuore della gamification, in quanto è uno strumento che fa leva sulle principali motivazioni umane per raggiungere cambiamenti comportamentali.

Il libro "Gamification by Design" di Gabe Zichermann spiega che questa tecnica è

per il 75 per cento psicologia e per il 25 per cento tecnologia.

Un discorso originale che coinvolge in prima istanza l'individuo, che deve in primo luogo avere la competenza di svolgere un'azione e *innescarla* affinché venga completata. La *motivazione* deriva dalla possibilità dell'individuo di vincere, di essere ricompensato o di guadagnare qualcosa.

Quali soluzioni telematiche per le flotte?

Un fleet manager che conosce sia la psicologia umana sia i dati della flotta può ottenere grandi risultati.

La tecnologia telematica può aiutare i conducenti a migliorare le loro performance al volante, fornendo loro gli strumenti in grado di innescare ed offrire loro la competenza per farlo.

Allo stesso tempo, stimolando i dipendenti per esempio con programmi di incentivazione o attraverso la pubblicazione di classifiche che comparano le performance dei conducenti, è possibile scatenare la competizione e motivare al miglioramento.



Gamification: alcuni casi testati

Negli ultimi anni sono stati segnalati alcuni casi di successo derivati dall'utilizzo della gamification e sostenuti dalla telematica e dai dati relativi alle performance di guida

1. L'azienda **EnviroVent**, specialista nel settore della climatizzazione, attraverso la pubblicazione di report mensili sulle performance di guida generate grazie all'utilizzo dei dati di WEBFLEET e OptiDrive 360, ha scatenato una risposta competitiva da parte degli impiegati, che ha portato un risparmio in termini di consumo di carburante pari al 10%, circa £ 36.000 a livello annuale (ovvero oltre 40.000 euro)
2. Recentemente la società di trasporto su strada **Pentalver** e l'azienda di noleggio impianti **Garic** hanno incentivato i miglioramenti, fornendo ai conducenti bonus trimestrali se raggiungono gli obiettivi prefissati in termini di performance. Grazie a questa strategia hanno beneficiato di un risparmio di £ 50.000 (circa 60.000 euro)
3. Alla **Zenith Hygiene Group** la classifica dei conducenti ha portato un risparmio annuale di carburante di oltre £ 220.000 (oltre 259.000 euro)

Le analisi e i test continuano nell'ottica di una sempre maggior espansione, nelle flotte, di questo nuovo trend lavorativo.