

Herní svět

Hra prostoupila svět naší každodennosti. Jak poznamenal francouzský filozof a sociolog Jean Baudrillard – „**hravý princip je obsažen ve všem, včetně volby pracího prášku v supermarketu...**“

Několik příkladů:

1. Víte, jak se baví jezdci F1, lidé kteří nemají žádná omezení kromě volného času? Hrají hru na bázi filmu J. Schumachera The Game, kterou jim organizuje český manažer P. Turek.
2. Nejúspěšnější realitní agenti tvrdí, že při prodeji bytů není nejdůležitější jeho cena, vybavení a poloha, ale že ve skutečnosti prodává něco jiného. Něco co nazývají – příběh bytu.
3. A jaká je nejúspěšnější česká sportovní marketingová kampaň? Je to 1 000 příběhů hokejové Sparty Praha...

Zkrátka hra (a také její nedílná součást příběh) je jedním z hlavních rysů moderního světa. Jak tvrdí odborníci: „Herní principy současné kultury nám umožnily snášet rámec zrychlené civilizace a její světskost.“

Jakožto odborníci na využití hry ve firemní praxi, se domníváme, že nadešel čas na komplexní využití těchto principů ve firmě. Že nadešel čas na HERNÍ SVĚT. To je přístup, umožňující integraci a průběžné posilování dlouhodobého přirozeného rozvoje procesů a komunikace v marketingu, rozvoji lidských zdrojů, ale i obecném managementu.

SPOLUPRÁCE S FIRMOU, KTERÁ MÁ SVŮJ VLASTNÍ HERNÍ SVĚT, SE STÁVÁ V OČÍCH KLIENTŮ A ODBĚRATELŮ ZCELA VÝJIMEČNOU A JEDINEČNOU. NA MOTIVY HERNÍHO SVĚTA SE DAJÍ VYTVOŘIT SOUTĚŽE PRO KONCOVÉ ZÁKAZNÍKY A MNOHO DALŠÍCH MARKETINGOVÝCH AKTIVIT.

Co je herní svět

JE TO „PARALELNÍ REALITA,“ VE KTERÉ VLÁDNOU PODOBNÁ PRAVIDLA A ZÁKONITOSTI, JAKO V REALITĚ BĚŽNÉ, ALE ZÁROVEŇ JE ZDE MOŽNÉ ZAŽÍT A DOCÍLIT VĚCÍ, KTERÉ NORMÁLNĚ MOŽNÉ NEJSOU. V PRAXI SE TENTO SVĚT PROJEVUJE FORMOU HRY (resp. příběhu). VÝSLEDKY PRACOVNÍCH TÝMŮ A JEDNOTLIVCŮ Z REÁLNÉHO SVĚTA SE PROJEVUJÍ I V PARALELNÍM HERNÍM SVĚTĚ, KRÁTKÁ EXKURZE DO HERNÍ REALITY MŮŽE I OŽIVIT NAPŘ. PORADY. KONCOVÍ ZÁKAZNÍCI ZAKOUŠÍ HERNÍ SVĚT JAKO HRU. Jejich herní svět (resp. hra) může kombinovat klasické reklamní nosiče, ale spíše interaktivní hru na internetu, pomocí SMS nebo nových médií. Odměnou pro skupinu vítězů je potom účast na supertajné speciální misi (VIP outdoor).

Firemní klientela (partneři a dodavatelé) je do herního světa uvedena podobným stylem s tím, že je speciální důraz kladen na zážitek z herní aktivity, který vytváří nadstandardní vztah mezi zástupci klientů a lidmi na straně zadavatele.

HERNÍ SVĚT JE ZCELA PARALELNÍ JIŽ EXISTUJÍCÍM PROCESŮM A ZVYKLOSTEM VE FIRMĚ A TYTO NIJAK NENAHAZUJE ANI NEMODIFIKUJE. REALIZACE HERNÍHO SVĚTA NAOPAK STIMULUJE A ZESILUJE JEJICH PŘIROZENÝ ROZVOJ.

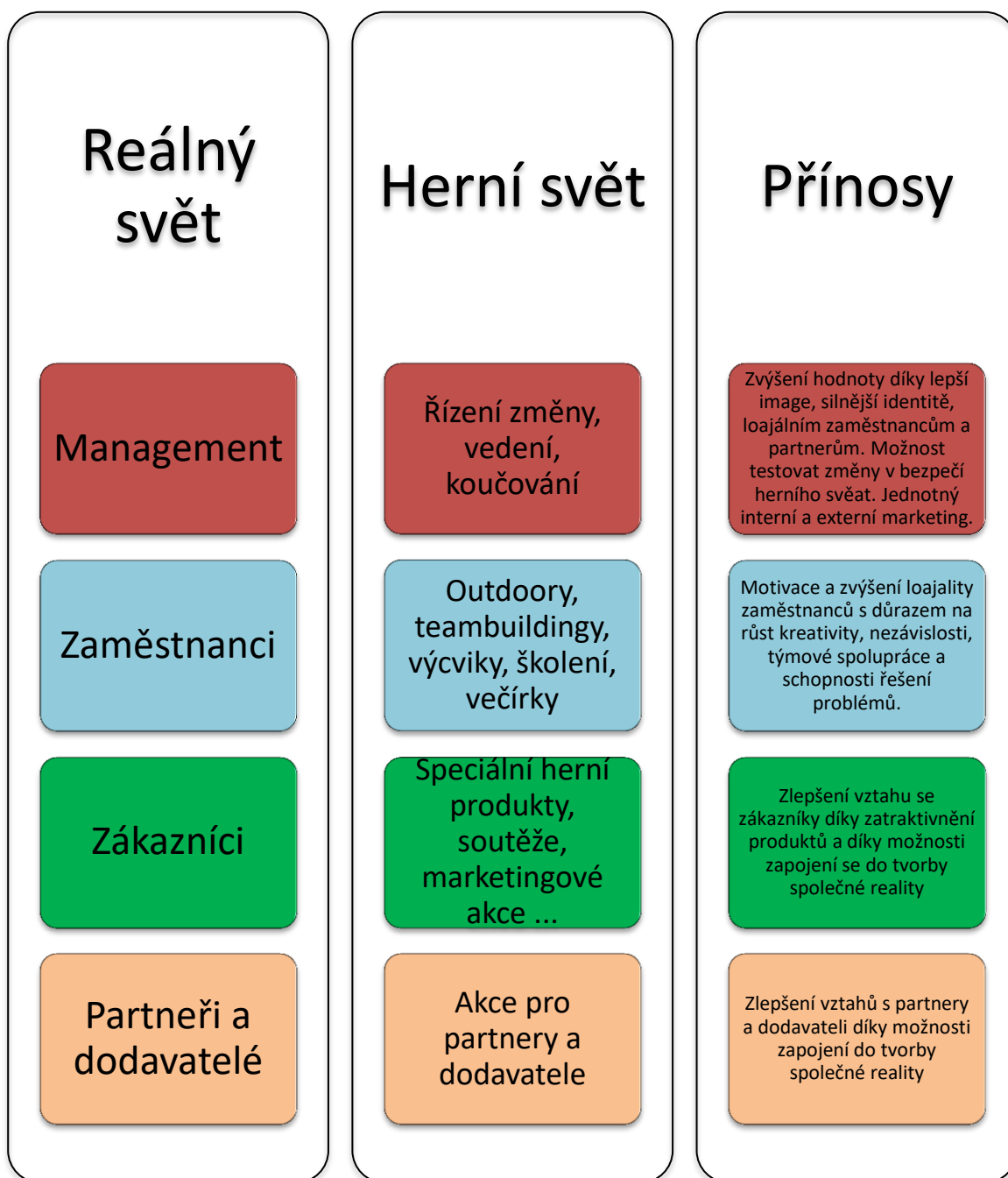
Princip fungování herního světa

Svěřil se Vám někdy přítel s partnerskými problémy? A také Vám připadlo odhalení jejich příčiny a navržení jejich řešení jednoduché? Ale když se podobná věc stala Vám samým, nebyli jste schopni situaci pochopit a vyřešit? Pochopitelně, jsme-li do problému osobně a emocionálně zapleteni, náš vědomý či nevědomý strach zastíní naši schopnosti úsudku a analýzy. A naopak, odosobnění přináší nadhled, odstup, zpřehlednění situace a snadnější hledání opravdu správného řešení.

Když musí skupina manažerů rozhodnout, je jejich individuální schopnost rozhodování zatížena řadou aktuálních vedlejších faktorů, starostí o následky osobní, pro spravované oddělení apod. V herním světě je možno podívat se na situaci jako kdyby se to týkalo někoho jiného, a tím eliminovat emocionální zátěž.

Tento přístup (princip, lze pomocí q-Hry a dalších technik včlenit do všech (nebo jen do některých) procesů v následujícím grafu.

Fungování a přínosy Herního světa shrnuje tento graf:



Přínosy

Jedinečná zábava pro celou firmu, zábava, která učiní práci ve firmě atraktivnější, firmu v očích firemních i koncových klientů zajímavější a managementu umožní lépe porozumět firmě a testovat v herním světě případné plánované změny.

Využití jednotného a komplexního marketingového přístupu, který interně umožňuje komunikaci firemní identity, hodnot, image a externě vytvoření atraktivního a unikátního prostředí, ve kterém mohou firemní i koncoví klienti něco jedinečného zažít (něco vyhrát) a tím se stát více loajální. Celý tento proces je mezi zaměstnanci a klienty sdílen, což vytváří pocit sounáležitosti a umožňuje lépe se vzájemně poznat.

Paralelní svět dává nový rozměr a intenzitu všem již existujícím kanálům. Celkový koncept herního světa je založen na tom, že stávající procesy nemění ani nenahrazuje, ale vytváří prostředí, které zesiluje jejich přirozený rozvoj.

Spolupráce s firmou, která má svůj vlastní herní svět, se stává v očích klientů a odběratelů zcela výjimečnou a jedinečnou. Na motivy herního světa se dají vytvořit soutěže pro koncové zákazníky a propojit je s outdoorovými aktivitami pro zaměstnance i klienty. Herní svět motivuje zaměstnance i ke vzdělávání a sebevzdělávání, neboť zúročení nabitých znalostí v herním světě může posílit motivaci.

V účastnících účast na aktivitách herního světa využívají a rozvíjí vlastnosti, jako je kreativita, přizpůsobivost, inovace, řešení problémů, týmová spolupráce, práce pod stresem, odvaha, otevřenost, ochota převzít odpovědnost, hlad po znalostech. Uplatnění těchto vlastností vede stejně jako v reálném světě k úspěchu.

Nabídka

Nabízíme zpracování „**makro-kreativity**“, tj. Vytvoření celého herního světa s jeho historií, zákony, pravidly, postavami, geografii, politickou situací, ekonomickým modelem a dalšími náležitostmi. Vytvoření tohoto makro modelu je klíčovým předpokladem úspěchu celého projektu. Výstupem této fáze je kompletní dokumentace, prezentační materiály a zasvěcení firmy do herního světa.

Makro-kreativita je kontinuální proces, reflektující to že se herní svět vyvíjí stejně jako svět reálný. Modifikace a evoluční změny v herní realitě probíhají v průběžné spolupráci se zadavatelem.

Můžeme průběžně zajišťovat i „**mikro-kreativitu**“, tedy využití herního světa pro konkrétní situace, ať už je to moderování porady, využití herního světa při pracovním workshopu, nebo interní soutěži pro zaměstnance. *Mikro-kreativita znamená vytvoření detailního portréту skupiny postav, jejich historie, rodokmen, vzájemné vztahy plus detailní historii místa, kde se epizoda odehrává a zasazení do celkového kontextu herního světa... Tímto způsobem je dosaženo maximálního zapojení zaměstnanců, kterých se daná akce týká!*

PROTOŽE NEJSME SOCIÁLNÍ INŽENÝŘI, JAKO JEDINÝ MOŽNÝ ZPŮSOB ZAVÁDĚNÍ TAKOVÉHO PROCESU DO FIRMY, NÁM PŘIJDE MOŽNOST SAMOSTATNÝCH MODULŮ, KTERÉ OTESTOVÁNY VE FIREMNÍ PRAXI SAMY PROKÁŽOU SVOJI ŽIVOTASCHOPNOST. Jejich postupné vylepšování a spojování může vytvořit finální produkt – HERNÍ SVĚT přesně přizpůsobený potřebám klienta.