

Gamification im Business umgesetzt: von der lästigen Pflicht zur spielerischen Notwendigkeit

Mag. Markus Neuwirth, Vertriebsleiter SME, Kapsch BusinessCom AG

05. März 2015



e DAY: 15
MEHR SPIELRAUM
FÜR UNTERNEHMEN
DO, 5. MÄRZ 2015

Kapsch – ein österreichisches Unternehmen in Familienbesitz



Mag. Georg Kapsch
CEO

Dr. Kari Kapsch
COO



„Seit 1892 am österreichischen Markt – innovativ mit Erfolg“

Kapsch BusinessCom – Österreichs führender Systemintegrator für Lösungen im Telekommunikations- und Netzwerkbereich sowie Anbieter von IT-Lösungen

Kapsch CarrierCom – global tätiger und unabhängiger Systemintegrator für Telekommunikationslösungen für Bahngesellschaften und Provider von Fest-, Mobil-, Transport- und Access-Netzen

Kapsch TrafficCom – internationaler Anbieter von Technologien, Lösungen und Dienstleistungen für den Intelligent-Transportation-Systems (ITS)-Markt

Ausgangssituation und Problemstellung

- Kapsch BusinessCom

- 1.100 Mitarbeiter Österreichweit auf 7 Standorten
 - 500 Techniker
 - 150 Technische Consulter
 - 90 Vertriebsmitarbeiter

15.000 aktive Kunden (Großteiliges KMUs)

80.000 Technikeinsätze pro Jahr

6.000 Angebote pro Jahr

3.000 Projekte pro Jahr



- Herausforderung der effizienten Ressourcensteuerung

- Notwendigkeit der Forecastgenauigkeit

Ziel: Steigerung der Pflegeintensität und damit die Genauigkeit des Forecasts.



Grundlagen der *Gamification*



Grundlagen der Gamification

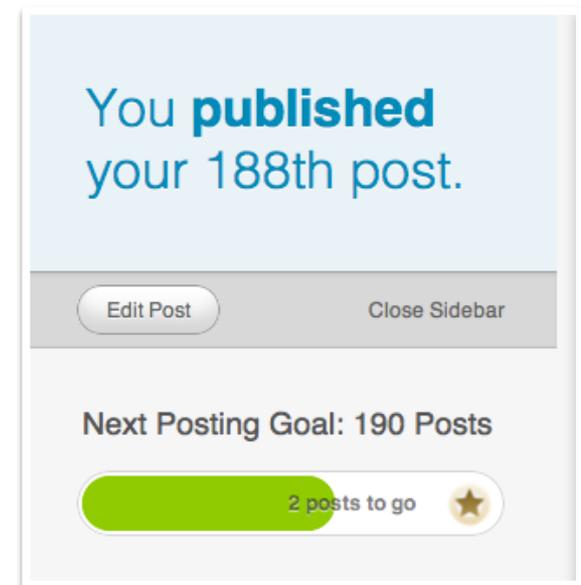
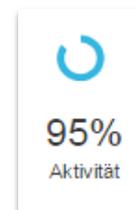
Laut Wikipedia: ... als **Gamification** oder **Gamifizierung** (seltener auch **Gamifikation** oder **Spielifizierung** bzw. **Spielifikation**) bezeichnet man die Anwendung spieltypischer Elemente und Prozesse in spielfremdem Kontext.

Grundlagen der Gamification

Laut Wikipedia: ... als **Gamification** oder **Gamifizierung** (seltener auch **Gamifikation** oder **Spielifizierung** bzw. **Spielifikation**) bezeichnet man die Anwendung spieltypischer Elemente und Prozesse in spielfremdem Kontext.

Typische Elemente der Gamification:

- Sichtbarer Status (Fortschrittsanzeige)

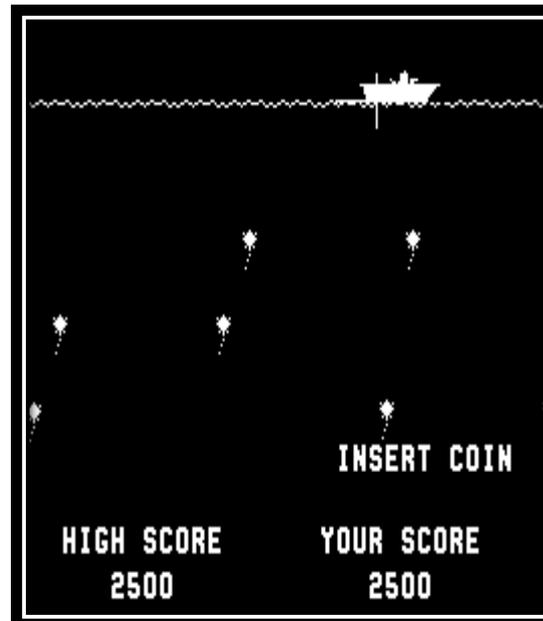


Grundlagen der Gamification

Laut Wikipedia: ... als **Gamification** oder **Gamifizierung** (seltener auch **Gamifikation** oder **Spielifizierung** bzw. **Spielifikation**) bezeichnet man die Anwendung spieltypischer Elemente und Prozesse in spielfremdem Kontext.

Typische Elemente der Gamification:

- Sichtbarer Status (Fortschrittsanzeige)
- Rangliste (Highscore)



THE	BEST	SCORE	CLIMBER
1	WERNER	055450	
2	WERNER	045620	
3	WERNER	045430	
4	WERNER	034420	
5	WERNER	032170	
THE	BEST	LEVEL	CLIMBER
1	WERNER	18	90%
2	WERNER	13	68%
3	WERNER	13	26%
4	WERNER	10	00%
5	WERNER	08	78%

PRESS F1 TO SAVE HIGHSCORES

Grundlagen der Gamification

Laut Wikipedia: ... als **Gamification** oder **Gamifizierung** (seltener auch **Gamifikation** oder **Spielifizierung** bzw. **Spielifikation**) bezeichnet man die Anwendung spieltypischer Elemente und Prozesse in spielfremdem Kontext.

Typische Elemente der Gamification:

- Sichtbarer Status (Fortschrittsanzeige)
- Rangliste (Highscore)
- **Transparenz des Resultats, Rückmeldung**



Grundlagen der Gamification

Laut Wikipedia: ... als **Gamification** oder **Gamifizierung** (seltener auch **Gamifikation** oder **Spielifizierung** bzw. **Spielifikation**) bezeichnet man die Anwendung spieltypischer Elemente und Prozesse in spielfremdem Kontext.

Typische Elemente der Gamification:

- Sichtbarer Status (Fortschrittsanzeige)
- Rangliste (Highscore)
- Transparenz des Resultats, Rückmeldung
- **Erfahrungspunkte, Auszeichnungen, (virtuelle) Güter**



Ausgangslage bei Kapsch BusinessCom

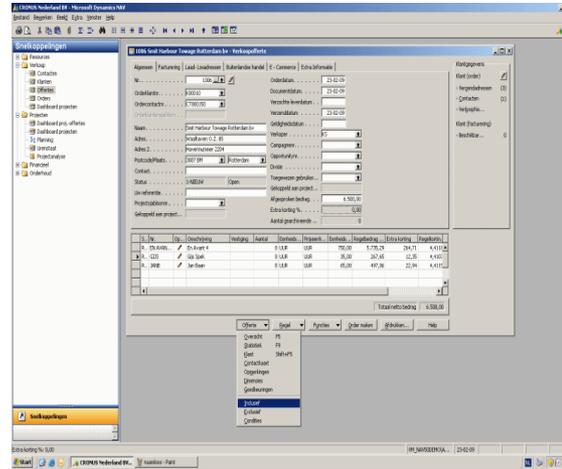


Ausgangssituation bei Kapsch BusinessCom

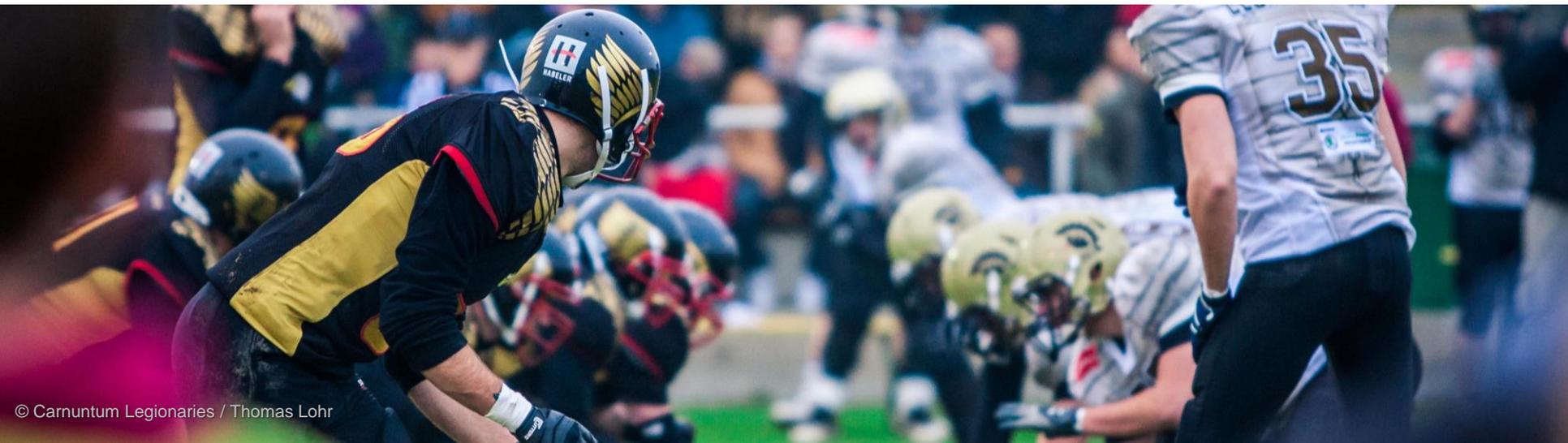
Tools

- Navision ERP
- CRM, Kontakte, Pipeline
- VPN Token

- Outlook
- Internet
- Smartphone
- iPad
- Papier



Leaderboard Kriterien



Kriterien für Leaderboard

Quantity Index

Anzahl an offenen Opportunities \times *Hitrates*

Hitrates = Anteil der gewonnenen Opportunities der letzten 90 Tage bezogen auf die Gesamtanzahl

Volume Index

Gewichteter Auftragseingang aller offenen Opportunities \times *Winrate*

Winrate = Anteil der gewonnenen Opportunities der letzten 90 Tage bezogen auf das Gesamtvolumen

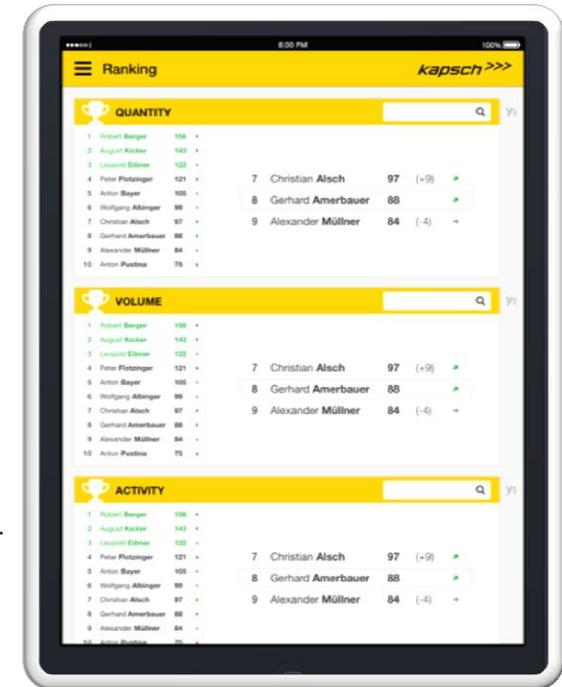
Activity Index

Für Pflegeaktivität bei einer Opportunity werden Punkte vergeben – pro Opportunity und Tag maximal 637 Punkte.

Errechnete Punkte für alle Opportunities werden durch die Anzahl der pflegerelevanten Opportunities dividiert.

Wird eine Opportunity nicht gepflegt, dann verfällt je Tag ein Teil der Punkte nach folgendem Schema:

637 Pkt. – 634 Pkt. – 627 Pkt. – 607 Pkt. – 552 Pkt. – 404 Pkt. – 0 Pkt.

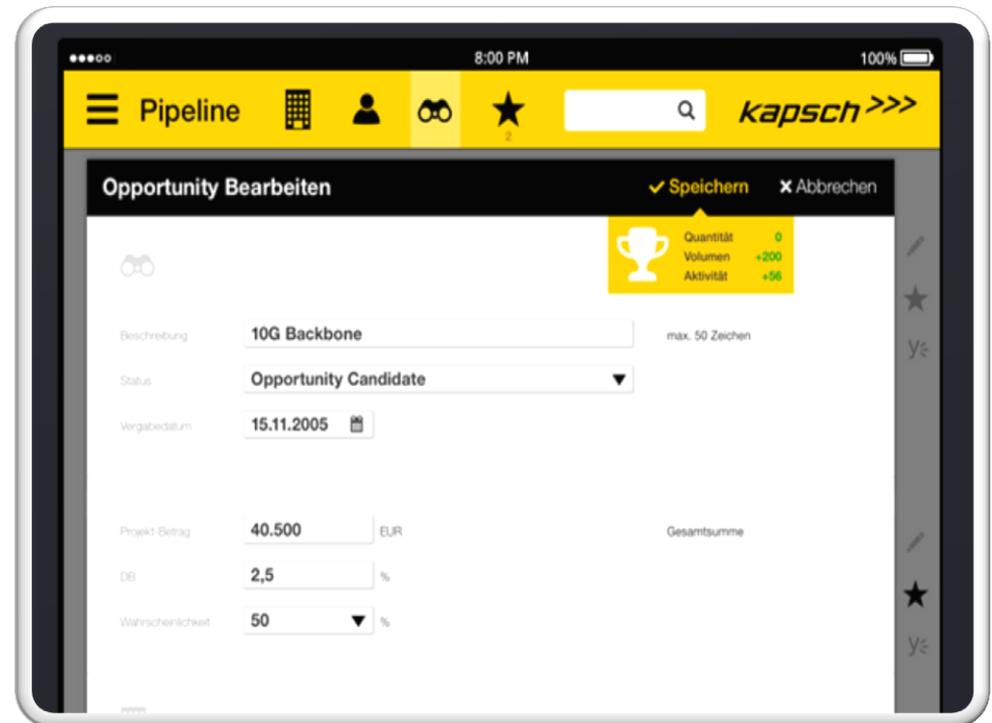


Achtung Betriebsrat einbinden – Personenbezogene Daten

Feedback-Loop

Sofortige Rückmeldung:

- sobald ein relevantes Feld geändert wurde wird die voraussichtliche Veränderung in den Ranking-Werten angezeigt (Simulation).
- Nach dem Speichernvorgang ist die Änderung für alle Benutzer ersichtlich.

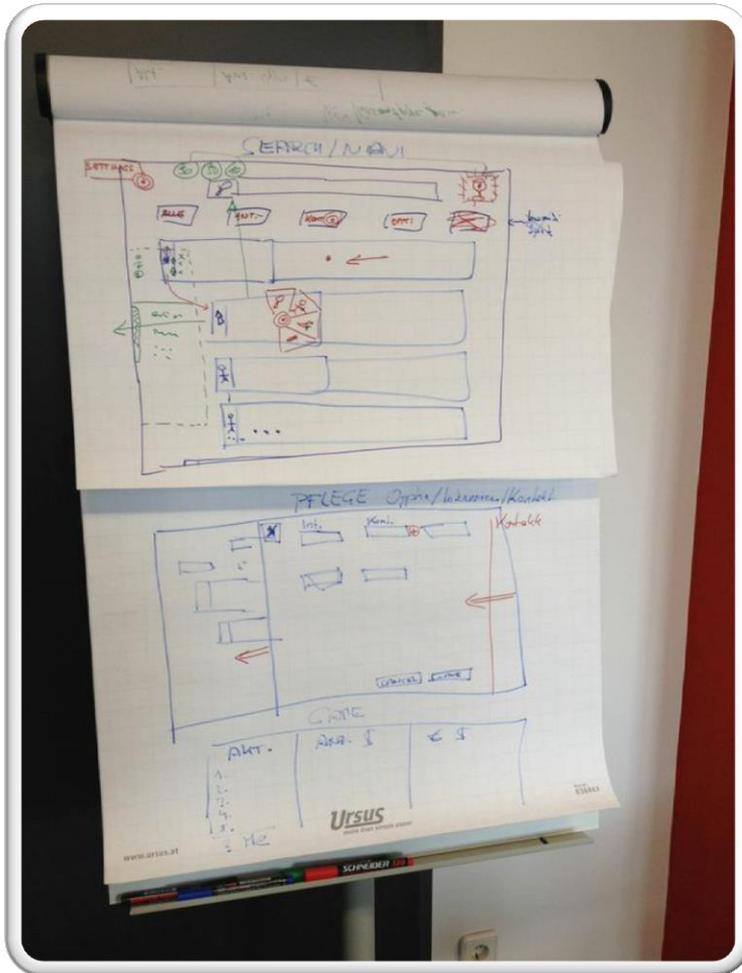


Vorgehensweise

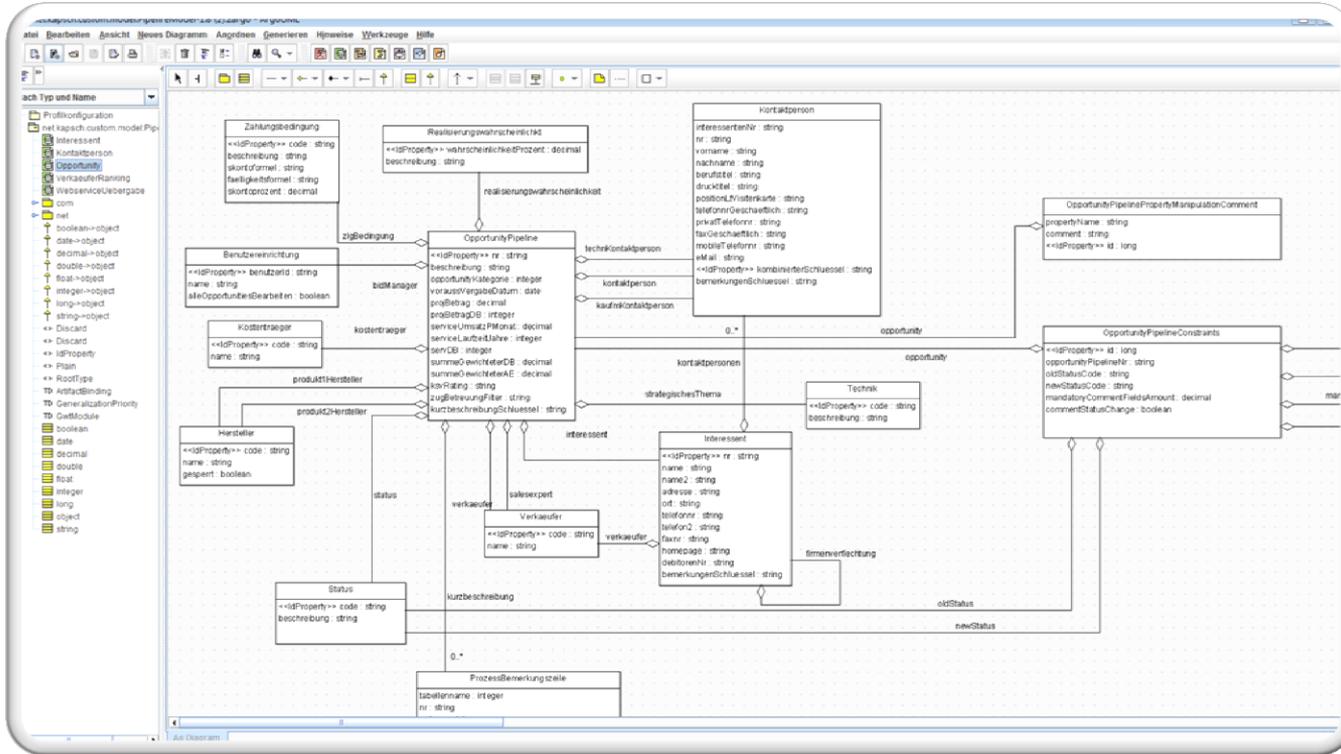


Grober Ablauf des Projekts – von der Idee bis zur Produktivstellung

- Idee skizzieren



Grober Ablauf des Projekts – von der Idee bis zur Produktivstellung



- Idee skizzieren
- Modell* erstellen

*: **tribefire Modell**: Abbildung eines Geschäftsprozesses in tribefire Plattform

Grober Ablauf des Projekts – von der Idee bis zur Produktivstellung

The image shows two screenshots of the Pipefire CRM interface. The top screenshot displays a list of companies with details for Nakatomi Trading Corp., including contact information and a project entry for 'Banking Transformation'. The bottom screenshot shows a dashboard with three main sections: 'Opportunities working on', 'Overall ranking', and 'Opportunities fixed', each featuring a list of users and their associated values.

Company	Location	Phone	Start Date	Description	Amount
Nakatomi Trading Corp.	Hyogo Prefecture	+81 78 791 6531	23.09.2014	Meeting to discuss a project that includes reformulate and upgrade software, hardware and security system of the bank, it also can open	600,000.00

Rank	User	Value
1	Serena Alterred Silva	4050
2	Orlando Fritz	3000
3	Richard Junior	2003
4	Marty McManam	2000
5	Gemma Hahn	1000
6	Mark Dallas	1000
7	Lucy Hicks	400
8	Dennis Smiles	100
7	Lucy Hicks	400

Rank	User	Value
1	Richard Junior	700
2	Mark Dallas	700
3	Marty McManam	602
4	Milena Rutherson	495
5	Serena Alterred Silva	340
6	Gemma Hahn	125
7	Orlando Fritz	100
8	Lucy Hicks	50
9	Dennis Smiles	10
8	Lucy Hicks	50

Rank	User	Value
1	Gemma Hahn	5000
2	Serena Alterred Silva	4002
3	Orlando Fritz	4000
4	Lucy Hicks	3000
5	Marty McManam	1980
6	Dennis Smiles	1000
7	Richard Junior	500
4	Lucy Hicks	3000

- Idee skizzieren
- Modell* erstellen
- Click-through Prototyp erstellen

Grober Ablauf des Projekts – von der Idee bis zur Produktivstellung

20141111.PipeFireGamificationspecs-vw

Start Einfügen Seitenlayout Formeln Daten Überprüfen Ansicht

J31 fx

B C D E F G H I J K

PipeFire Gamification Kriterien, Stand 11.11.2014

I. PipeFire Quantity Index

Erwarteter Effekt
Steigerung der Motivation zur akkuraten Pflege der Opportunity-Pipeline durch die Gegenüberstellung der Anzahl an offenen Opportunities. Offene Opportunities mit voraussichtlichem Vergabedatum in der Vergangenheit (= ungepflegte Opportunities) beeinflussen den Index negativ. Der Wert wird dann durch die Hi-Rate aus den letzten 90 Tagen gewichtet und motiviert somit zusätzlich auch zur mittelfristig genaueren Pflege.

Formel
Anzahl der offenen Opportunities (ohne Overdue) mal Hi-Rate

Beschreibung
Offene Opportunities: Flag Opportunity Geschlossen = Nein
Overdue Opportunities: Untermenge der offenen Opportunities mit voraussichtlichem Vergabedatum vor Heute oder leer
Hi-Rate: Anteil der gewonnenen Opportunities der letzten 90 Tage (Vergabedatum in den letzten 90 Tagen) bezogen auf die Anzahl der Opportunities.
Ins Verhältnis gesetzt wird die Anzahl der gewonnenen (Flag Opportunity Gewonnen) Opportunities zur Gesamtanzahl der entschiedenen + Flag HiRateRelevanz (Davon sind folgende Opportunities weggerechnet: "ENDE"-Opportunities, LEAD CANDIDATE IRR, LEAD AUFGEHOBBEN, OPP. QUAL NOGO)

Beispiele	Verkäufer SME	Verkäufer KAM	Verkäufer LP
Anzahl offene Opportunities	212	45	77
Anzahl Overdue Opportunities	33	4	50
Hi-Rate	45%	85%	23%
PipeFire Quantity Index	80,55	34,85	6,21

II. PipeFire Volume Index

Erwarteter Effekt
Steigerung der Motivation zur akkuraten Pflege der Opportunity-Pipeline durch die Gegenüberstellung des Volumens der offenen Opportunities. Offene Opportunities mit vor der Vergangenheit (= ungepflegte Opportunities) beeinflussen den Index negativ. Der Wert wird dann durch die Win-Rate aus den letzten 90 Tagen gewichtet und motiviert somit zusätzlich auch zur mittelfristig genaueren Pflege.

Formel
Gewichtetes Volumen der offenen Opportunities (ohne Overdue) mal Win-Rate

Beschreibung
Gewichtetes Volumen: Gesamtvolumen inkl. Serviceanteil mal *Aktivierungsabschlusschance*
Offene Opportunities: Flag Opportunity Geschlossen = Nein
Overdue Opportunities: Untermenge der offenen Opportunities mit voraussichtlichem Vergabedatum vor Heute oder leer
Win-Rate: Anteil der gewonnenen Opportunities der letzten 90 Tage (Vergabedatum in den letzten 90 Tagen) bezogen auf das Volumen der Opportunities. Ins Verhältnis gesetzt wird das Angebotsvolumen der gewonnenen (Flag Opportunity Gewonnen) Opportunities zum Gesamtvolumen der entschiedenen + Flag HiRateRelevanz (Davon sind folgende Opportunities weggerechnet: "ENDE"-Opportunities, LEAD CANDIDATE IRR, LEAD AUFGEHOBBEN, OPP. QUAL NOGO)

Beispiele	Verkäufer SME	Verkäufer KAM	Verkäufer LP
Gewichtetes Gesamtvolumen offene Opportunities	74.200.000,00	5.040.000,00	4.312.000,00
Gewichtetes Gesamtvolumen der offenen overdue Opps	11.550.000,00	850.456,00	2.956.321,00
Win-Rate	55%	85%	35%
PipeFire Volume Index	35.004.000,00	3.728.634,16	1.474.487,85

III. PipeFire Activity Index

Erwarteter Effekt
Steigerung der Motivation zur regelmäßigen, zumindest wöchentlich-akkuraten Pflege der Opportunity-Pipeline durch die Gegenüberstellung der Vertriebsmitarbeiter (inkl. S und inkl. S/O) anhand eines Aktivitäts-Indexes. Der Aktivitäts-Index berücksichtigt einerseits die regelmäßige Pflege von unmittelbar (= in den nächsten 90 Tagen) relevanten aber auch mittel- und langfristige (= 18 Monate) relevante Opportunities bei welchen bis 6 Monate vor dem voraussichtlichem Vergabedatum i.d.R. keine regelmäßige Pflege Index wird durch die Anzahl der Opportunities der jeweiligen MA normalisiert und als TOP 10 angezeigt.

Formel / Regeln
Für jede tatsächliche Änderung an einer offenen Opportunity werden maximal einmal pro Tag (24h) 637 Punkte vergeben.
Die vergebenen Punkte verfallen exponentiell in den nächsten 6 Tagen, jeweils um 24.00h. Um Rundungsfehler zu vermeiden werden die Punkte am 7-ten Tag auf Null gesetzt.
Eine erneute Änderung an einer bestehenden Opportunity führt nicht zur Aufsummierung der Punkte (Vergabe von weiteren 637 Punkten) sondern zu einer maximalen Erhöhung. Die Summe der Punkte wird durch die Gesamtanzahl an offenen Opportunities dividiert.

Beschreibung
Offene Opportunities: Flag Opportunity Geschlossen = Nein
Activity-Relevante Opportunities: Untermenge aus den offenen Opportunities, bei welchen das Vergabedatum in den nächsten 90 Tagen oder in der Änderung an einem oder mehreren Feldern einer Opportunity, Änderungen, welche über das Backoffice (Konten) zählen nicht. Das Anlegen einer Opportunity bringt auch 637 Punkte

Beispiele
Tatsächliche Änderung: Donnerstag (Tag 0) Freitag (Tag 1) Samstag (Tag 2) Sonntag (Tag 3) Montag (Tag 4) Dienstag (Tag 5)
Verfall der Punkte in den ersten 6 Tagen nach Änderung: 637 634 627 607 552

Beispiele	Verkäufer SME	Verkäufer KAM	Verkäufer LP
Anzahl Activity-Relevante Opportunities	2	80	5000
Anzahl Punkte	2000	1050	60
PipeFire Activity Index	117	525	69

- Idee skizzieren
- Modell* erstellen
- Click-through Prototyp erstellen
- Gamification Kriterien bestimmen

Ranking kapsch >>>

QUANTITY

1	Robert Berger	156	
2	August Köster	143	
3	Leonold Elberer	132	
4	Peter Flotzinger	121	
5	Anton Bayer	105	
6	Wolfgang Abtanger	99	
7	Christian Altsch	97	(+9)
8	Gerhard Amerbauer	88	
9	Alexander Müllner	84	(-4)
10	Anton Pustina	75	

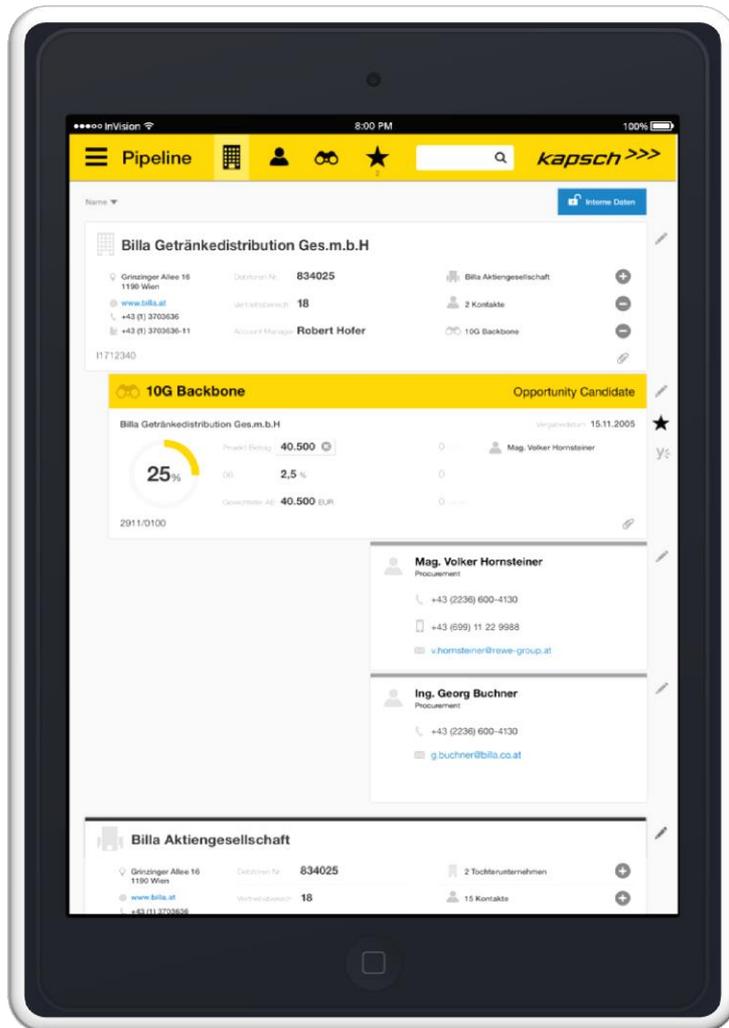
VOLUME

1	Robert Berger	156	
2	August Köster	143	
3	Leonold Elberer	132	
4	Peter Flotzinger	121	
5	Anton Bayer	105	
6	Wolfgang Abtanger	99	
7	Christian Altsch	97	(+9)
8	Gerhard Amerbauer	88	
9	Alexander Müllner	84	(-4)
10	Anton Pustina	75	

ACTIVITY

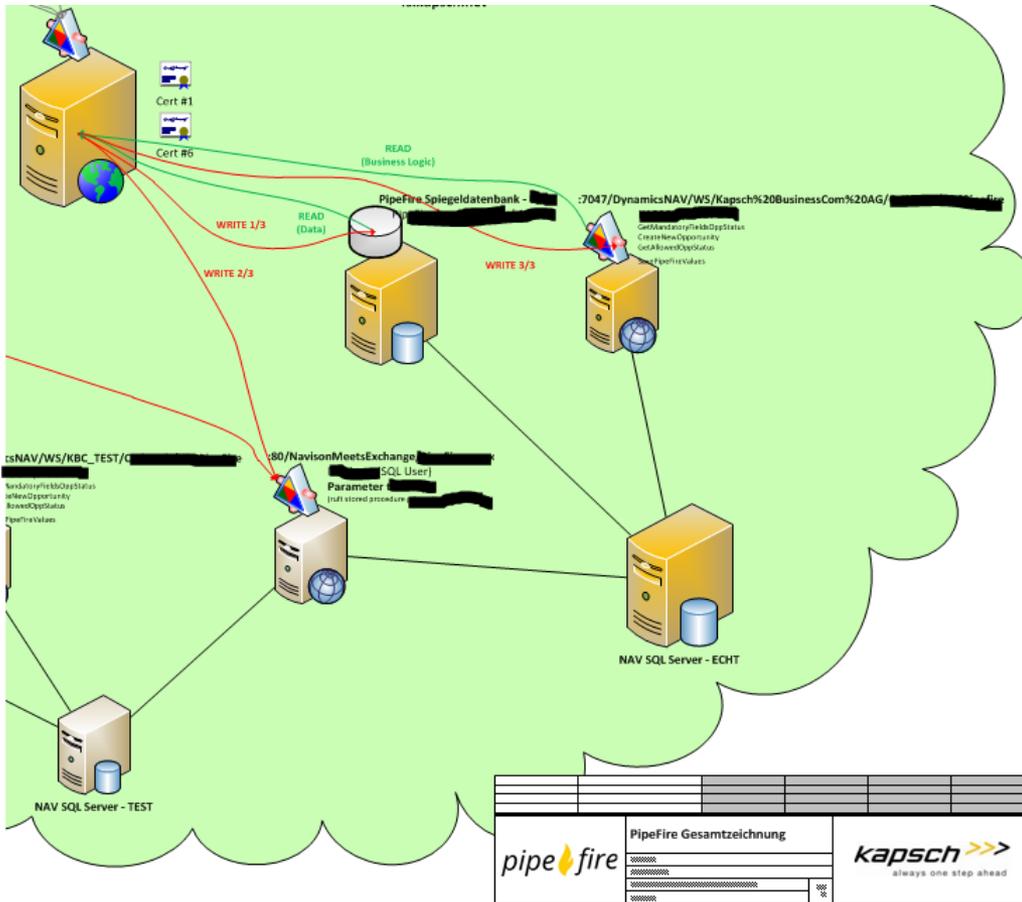
1	Robert Berger	156	
2	August Köster	143	
3	Leonold Elberer	132	
4	Peter Flotzinger	121	
5	Anton Bayer	105	
6	Wolfgang Abtanger	99	
7	Christian Altsch	97	(+9)
8	Gerhard Amerbauer	88	
9	Alexander Müllner	84	(-4)
10	Anton Pustina	75	

Grober Ablauf des Projekts – von der Idee bis zur Produktivstellung



- Idee skizzieren
- Modell* erstellen
- Click-through Prototyp erstellen
- Gamification Kriterien bestimmen
- HTML5 GUI erstellen (Individualentwicklung)

Grober Ablauf des Projekts – von der Idee bis zur Produktivstellung



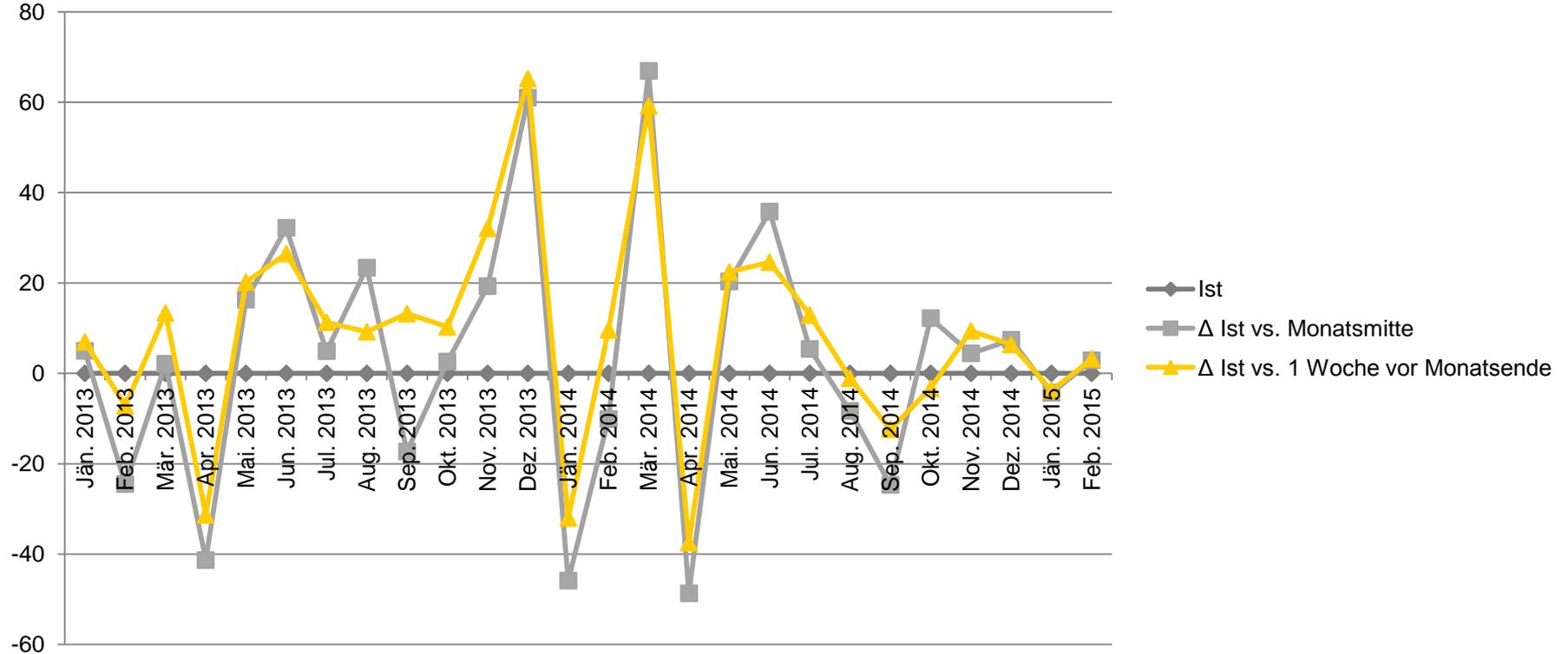
- Idee skizzieren
- Modell* erstellen
- Click-through Prototyp erstellen
- Gamification Kriterien bestimmen
- HTML5 GUI erstellen (Individualentwicklung)
- An Backendsysteme anbinden

Auswirkungen



Erzielte Effekte

Abweichungen Prognose zum Ist AE in % | KBC Gesamt



Erhöhung der Forecastgenauigkeit um mehr als 50%.
Steigerung der Selbstpflege von 20% auf 75% der User.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Mag. Markus Neuwirth | Vertriebsleiter Small & Medium Enterprises
Wienerbergerstrasse 53 | 1120 Wien | Österreich
Telefon +43 50 811 5864 | Fax +43 50 811 99 5864

markus.neuwirth@kapsch.net
www.kapsch.net

