



Literature study

Urenregistratie platform

—

06-04-2022

Versie 2.1

Britt Zegveld

SIMDO

Klokgebouw 220

5617 AC Eindhoven

Overzicht

Versiehistorie

<i>Versie</i>	<i>Datum</i>	<i>Auteur(s)</i>	<i>Veranderingen</i>	<i>Staat</i>
1.0	17-03-2022	Britt	n.v.t.	Eerste versie
2.0	25-03-2022	Britt	Onderzoek gesplitst	Herziening 1
2.1	06-04-2022	Britt	Kleine veranderingen	Herziening update

Table 1.

Distributie

<i>Versie</i>	<i>Datum</i>	<i>Ontvangers</i>
2.0	01-04-2022	Upload op Portfolio Britt
2.1	06-04-2022	Update op Portfolio Britt

Table 2.

Inhoudsopgave

Overzicht	1
Versiehistorie	1
Distributie	1
Inhoudsopgave	2
Introductie	3
Resultaten	4
Wat is de meest geschikte manier om te zorgen dat de werknemers de urenregistratie structureel invullen?	4
Onbewuste psychologische behoeften	4
Gamification	6
Hoe het werkt	7
Spel mechanismen	7
Speldynamica	10
Gamification best practices	11
Samenvatting	12
Onbewuste psychologische behoeften	12
Gamification	12
Conclusie	14
Literatuurlijst	15

Introductie

Eerder in het onderzoek kwam naar voren dat het belangrijk is dat uren overal geregistreerd moeten kunnen worden, om de drempel om de uren in te vullen kleiner te maken. Door bestaande urenregistratie applicaties wordt dit vaak gedaan door een mobiele applicatie toe te voegen. Enkele applicaties bieden ook een chrome add-on aan.

SIMDO heeft aangegeven de voorkeur te hebben voor een web-first aanpak. Dit past ook het beste bij mijn skill set. De toevoeging van een mobiele app en/of browser add-on zal natuurlijk wel terugkomen in het adviesdocument.

Door middel van een literature study ga ik onderzoeken welke manieren er nog meer zijn om te zorgen dat de medewerkers van SIMDO hun urenregistratie structureel invullen. Het doel hiervan is om de beste manier(en) te vinden om de urenregistratie structureel in te vullen.

Resultaten

Wat is de meest geschikte manier om te zorgen dat de werknemers de urenregistratie structureel invullen?

Uit onderzoek (*Whitepaper: Keeping Track Of The Money, z.d.*) blijkt dat 12% van de uren niet gefactureerd wordt door een slechte urenregistratie. Iedereen weet dat wanneer men niet elke week schrijft, er declarabele uren verloren gaan en daarmee gooi je dus geld weg. Maar het blijft een gevoelige kwestie, ook bij het personeel. Er lijken altijd andere, dringendere zaken te zijn. En er zijn altijd mensen die gewoon geen uren registreren.

Onbewuste psychologische behoeften

Gelukkig is er wat aan te doen. Arjan Nieuwbeerta, marketing manager van Software Vergelijken, presenteert vijf tips om de urenregistratie te verbeteren aan de hand van onbewuste psychologische behoeften. Hij beschrijft de drijfveren van het oerbrein en hoe je die kan inzetten om de urenregistratie wekelijks up-to-date te krijgen. Zonder strijd, maar door onbewuste verleiding (*Gooi geen geld weg met een slechte urenregistratie, z.d.*).

1. Mensen willen sociaal geaccepteerd worden

Vanuit de overleving zit het in de mens ingebakken zich veiliger te voelen in een groep. Wetenschappers ontdekten dat hetzelfde pijncentrum als bij fysieke pijn wordt geactiveerd in de hersenen bij sociale uitsluiting. Het plezier centrum, met het feel good hormoon oxytocine, wordt geactiveerd bij sociale acceptatie.

Je kunt gebruik maken van dit principe, door bijvoorbeeld maandelijks een e-mail rond te (laten) sturen met daarin de namen van de mensen die niet bij zijn met het uren schrijven. De sociale druk zal maken dat ze voortaan meer gemotiveerd zijn op tijd hun uren te registreren.

2. Mensen hebben een behoefte aan controle en duidelijkheid

Door ergens een gewoonte van te maken, heb je veel meer kans dat het gebeurt en kost het geen energie. Als manager kun je gebruik maken van dit principe door bedrijfsbreed de regel in te stellen dat er elke dag aan het eind van de dag uren geregistreerd moeten worden door iedereen. En dat deze op vrijdagmiddag nagelopen worden door iemand. Zo faciliteer je het ontwikkelen van een gewoonte.

3. Mensen willen gewaardeerd worden en zijn bang te verliezen wat ze hebben

Iedereen binnen een organisatie vindt het leuk een compliment te krijgen. Het geeft een boost aan het zelfvertrouwen en een fijn gevoel. Waardering in de vorm van persoonlijke aandacht blijkt op de lange termijn vaak nog beter te werken dan geld.

Dit principe kun je gebruiken door medewerkers die op tijd hun uren hebben geschreven, eens in de zoveel tijd te belonen met een waarderende e-mail of face to face compliment. Een simpel: 'goed bezig, ik waardeer de inzet' van u de manager kan wonderen doen voor de motivatie!

Ook de angst om te verliezen wat men heeft, kun je inzetten voor het verbeteren van het uren registreren. Door van het up-to-date zijn met uren schrijven een bedrijfsdoelstelling te maken, die bij de jaarlijkse beoordeling wordt meegenomen, verhoog je de motivatie om te schrijven. Er hangt nu namelijk echt iets vanaf. Ook geef je zo het signaal dat het echt belangrijk voor het bedrijf is. Hierbij geldt wel: 'practice what you preach'. Je zult als manager dan zelf ook moeten zorgen dat je bij bent.

4. Mensen hebben behoefte aan plezier

Maak het uren registreren zo leuk en makkelijk mogelijk. Zorg voor een moderne tool met behulp van urenregistratie software. Er zijn bijvoorbeeld tools die elke dag een andere spreuk tonen. Zo wordt het leuk en lonend om in te loggen in de tool. Het klinkt misschien wat flauw voor het bewuste brein, maar onbewust werkt het echt. Als men dan eenmaal ingelogd is, zal de gewerkte uren registreren automatisch volgen.

Het uren registreren zelf maak je voor medewerkers eenvoudig door slechts enkele categorieën qua uren regels aan te maken. Voorkom dus keuzestress. Enkele categorieën zijn nuttig voor analyse achteraf, maar wanneer het uren schrijven teveel tijd kost, haken mensen sneller af. Kortom, het gaat om een goede balans tussen welk inzicht u eruit wilt halen en de investering die het mensen kost.

Lijkt niks te helpen? Kijk kritisch naar de werkdruk

Wanneer na alle bovenstaande maatregelen het invullen van de uren nog niet lukt, hebben de medewerkers waarschijnlijk gewoon echt te weinig tijd om te schrijven. Dit betekent waarschijnlijk dat er nog veel meer declarabele taken zijn waar ze niet aan toe komen. Dit kan even goed gaan, maar op de lange termijn breekt het toch op en komt het ergens tot uiting. Ziekteverzuim, een slordig of geen bijgehouden handboek of een verlies van kleine klanten zijn hier voorbeelden van.

Mogelijk is het niet geschreven krijgen van de uren een indicator voor de te hoge werkdruk. Door met de medewerker(s) in gesprek te gaan, zijn er samen vaak goede oplossingen te bedenken en kunnen er samen keuzes gemaakt worden. Beter voor de

werksfeer, beter voor de gezondheid van je medewerkers. Wanneer je als manager merkt gewoon telkens niet aan het schrijven van de uren toe te komen, kan dit een indicator zijn dat het tijd is meer personeel aan te nemen (*Gooi geen geld weg met een slechte urenregistratie*, z.d.).

Gamification

Een van de beste manieren om afleiding door een overvloed aan taken tegen te gaan en tegelijkertijd de betrokkenheid van werknemers te vergroten en de productiviteit te verhogen, is het gebruik van een techniek die bekend staat als Gamification.

Gamificatie is niet gewoon van iets een spel maken; het is gebruik maken van specifiek ontworpen methoden - spelmechanismen - om het beloningscentrum van onze hersenen aan te spreken en positieve stimulans te bieden (door middel van een stimulerende dopamine-afgifte) voor het voltooien van een taak. Small Business Trends geeft een goede verklaring voor gamification: "Een proces om spelmechanismen te integreren in iets dat al bestaat om deelname, betrokkenheid en loyaliteit te motiveren. Dit kan bijna alles zijn, van uw website tot aanwezigheid op sociale media, dagelijkse activiteiten, klantbetrokkenheid en meer." (*What Is Gamification and How Can It Help My Business?*, 2017)

Gamification lijkt misschien een trendy modewoord, vooral wanneer de concepten verwijzen naar digitale voorbeelden, maar de voordelen ervan bestaan al enkele honderden jaren. De theorie werd voor het eerst geïntroduceerd door de Russische wetenschapper Dmitri Mendelejev in de 19e eeuw. Mendelejev gebruikte zijn belangstelling voor speelkaarten om hem te helpen elementen te begrijpen en te categoriseren door de informatie op elke kaart te rangschikken en op te sommen. Hij was in staat om van een alledaagse taak iets te maken dat zijn aandacht vasthield; dit onderzoek hielp hem bij het creëren van de eerste publicatie van het Periodiek Systeem der Elementen (*5 Benefits of Gamification*, 2015).

De resultaten van gamification bewijzen dat het de moeite waard is. Ongeveer 10% minder vertragingen bij het opstellen van urenstaten, ongeveer 15% minder werknemers te laat op het werk, ongeveer 25% meer werknemers overgestapt op geautomatiseerde tijdregistratie van handmatige timesheet editing (*Trackabi — Free Time Tracking & Leave Management Software*, z.d.). Gamification heeft dus positieve effecten, maar de effecten zijn sterk afhankelijk van de context waarin de gamification wordt toegepast, en van de gebruikers die er gebruik van maken (Hamari et al., 2014).

Gamification is dus geen nieuwe term, maar de voordelen ervan kunnen met de technologie van vandaag gemakkelijker dan ooit worden gerealiseerd. Het kan een geweldig hulpmiddel zijn om alledaagse of gemakkelijk te vergeten taken - zoals het onfortuinlijke invullen van urenregistraties - te helpen overwinnen. Door gamification en gamemechanica toe te passen, kun je ook een groter gevoel van gemeenschap en

bedrijfscultuur, meer transparantie in afdelingsbrede doelen en een grotere betrokkenheid van je team stimuleren. Game on (Homewood, 2019)!

Hoe het werkt

Spel mechanismen

De essentie van gamification is de toepassing van spelmechanismen om een activiteit te "gamificeren". Spelmechanismen zijn de regels en beloningen die de basis van het spel vormen. Wanneer ze strategisch en tactisch worden ingezet in overeenstemming met de speldynamica, maakt dat gamificatie uitdagend, leuk en lonend (Adams, 2012).

BI WORLDWIDE heeft de volgende tien primaire spelmechanismen geïdentificeerd, die de basis vormen van gamificatie (Adams, 2012):

Punten



Punten kunnen worden gebruikt om status aan te geven, activiteiten met een hoge prioriteit aan te duiden of, in sommige voorbeelden, te gebruiken om echte of virtuele goederen te kopen. Gebruikers willen zich beloond voelen en punten kunnen gebruikers helpen de score bij te houden.

Geassocieerde spel dynamica: Prestatie en Vooruitgang (emotioneel).

Levels



Levels tonen hoe gebruikers een mijlpaal, programma status of prestatiegebieden bereiken. Dit kan ook langdurige of blijvende prestaties binnen het gamificatie programma laten zien.

Geassocieerde spel dynamica: competitie, verzameling, prestatie en vooruitgang (emotioneel).

Missies



Missies bieden doelstellingen voor gebruikers om als team of individueel te volbrengen. Zodra de missie is voltooid (of de uitdaging is overwonnen), kunnen gebruikers een gevoel van vervulling hebben.

Geassocieerde spel dynamica: competitie, gemeenschap, prestatie, verrassing en verkenning.

Badges



Badges worden gebruikt om aan te tonen dat men belangrijke taken en doelstellingen onder de knie heeft. Deze visuele prestatie-indicatoren kunnen ook vaardigheid of expertise binnen een groep communiceren.

Geassocieerde spel dynamica: Gemeenschap, Verzameling, Prestatie, Verrassing, Vooruitgang (emotioneel), Verkenning.

Leaderboards



Veel gamification-implementaties zullen een "high-score tabel" bevatten, die ook wel een Leaderboard wordt genoemd, om te laten zien hoe gebruikers/teams zich ten opzichte van elkaar ontwikkelen. Zo kan een team/individu dat aan de leiding gaat in gamification het team/individu inspireren om aan de top te blijven. Of een leaderboard kan meer competitie uitlokken onder een ander team/individu om de huidige leider te verdringen.

Geassocieerde spel dynamica: Competitie, Samenwerking, Gemeenschap, Prestatie.

Vrij te spelen



Unlocks worden gebruikt om missies of uitdagingen vrij te spelen. Een voorbeeld: een gebruiker moet A voltooien (missie, taak, uitdaging, enz.), waarna B, C en D vrijkomen. Het Unlocks-spelmechanisme kan worden ingezet met quizzen, activiteiten en missies die badges bevatten, waarbij er sprake is van een bepaalde lineaire progressie.

Geassocieerde spel dynamica: Prestatie, Verrassing, Verkenning.

Gebeurtenissen Feed



Dit spelmechanisme stelt gebruikers in staat om te zien hoe iedereen in de gamification het doet; een gebruiker kan bijvoorbeeld op de Gebeurtenissen Feed lezen dat een collega een missie heeft voltooid en naar het volgende level is gegaan. De gebeurtenissen feed kan worden gebruikt om andere gebruikers te motiveren bepaalde acties te ondernemen, zodat hun vooruitgang op de gebeurtenissen feed aan anderen kan worden meegedeeld.

Geassocieerde spel dynamica: Verkenning, Competitie, Samenwerking, Gemeenschap, Vooruitgang (emotioneel).

Quiz



Het Quiz-spelmechanisme stelt gebruikers in staat hun kennis te testen en dit kan in combinatie met vele andere spelmechanismen worden gebruikt om de gebruiker door het gamificatie programma te helpen.

Visuele vooruitgang



Een visualisatie van de voortgang laat zien waar gebruikers zich bevinden in het voltooien van missies, uitdagingen en in de algehele gamification user journey.

Geassocieerde spel dynamiek: Achievement, Progress (emotioneel).

Speldynamica

Speldynamiek verwijst naar een reeks emoties, gedragingen en verlangens die in spelmechanismen worden aangetroffen en die resoneren met mensen en worden gebruikt met spelmechanismen om betrokkenheid te bevorderen en deelnemers te motiveren (Adams, 2012).

Voorbeelden van speldynamica zijn:

- Wedstrijd
- Samenwerking
- Gemeenschap
- Verzameling
- Prestatie
- Verrassing
- Vooruitgang (emotioneel)
- Verkenning











Game Dynamics		Competition	Collaboration	Community	Collection	Achievement	Surprise	Progress (emotional)	Exploration
Game Mechanics	 Points					●		●	
	 Levels	●			●	●		●	
	 Missions (individual & team)	●		●		●	●		●
	 Badges			●	●	●	●	●	●
	 Leaderboards (individual & team)	●	●	●		●			
	 Unlocks					●	●		●
	 Events Feed	●	●	●				●	●
	 Notifications			●				●	
	 Quiz	●		●		●		●	
	 Progress (visual)					●		●	

Figure 1: Spel mechanismen / speldynamica (Adams, 2012)

Deze emoties zijn de dwingende verlangens en motivatie die gedragseconomie en intrinsieke motivatie teweegbrengen. Over het geheel genomen zijn deze emoties de drijfveren die Game Dynamics niet alleen definiëren, maar ook voortstuwen (Adams, 2012).

Gamification best practices

Succesvol gamification gaat niet over één nacht ijs. Enkele top gamification best practices zijn (*What is gamification? | BI WORLDWIDE, 1AD*):

1. Bepaal hoe overtuigend je content is.

Kijk eerlijk naar je content en platforms om er zeker van te zijn dat ze ideaal zijn voor gamification. Gamification kan een inferieure gebruikerservaring niet tot een succes maken, maar werkt het best wanneer een spannende, aantrekkelijke ervaring wordt omgezet in een rijkere, meer participatieve ervaring.

2. Stel een tijdschema op.

Gamification is een lange-termijn strategie, geen strategie om te lanceren en vervolgens met rust te laten. Het is van cruciaal belang om het ideale tijdschema te plannen, zodat gebruikers hun ervaring in de loop van de tijd kunnen opbouwen.

3. Bepaal de time-to-market.

Gamification moet strategisch worden benaderd en niet overhaast. Bepaal hoe snel je je site of applicatie moet gamificeren en welke inspanningen daarvoor nodig zijn.

4. Meet de resultaten.

Het is belangrijk dat je duidelijk voor ogen hebt wat je bedrijfsdoelen zijn en hoe je die gaat bepalen. Is je gamificatie succesvol? Wat zijn de resultaten? Hoe kun je verbeteren?

Samenvatting

Onbewuste psychologische behoeften

De meest geschikte manier om te zorgen dat de werknemers de urenregistratie structureel invullen is aan de hand van onbewuste psychologische behoeften. Je kunt die inzetten om de urenregistratie wekelijks up-to-date te krijgen.

1. Mensen willen sociaal geaccepteerd worden. Door middel van sociale druk kun je medewerkers motiveren om op tijd hun uren te registreren.
2. Mensen hebben een behoefte aan controle en duidelijkheid. Door ergens een gewoonte van te maken, heb je veel meer kans dat het gebeurt en kost het geen energie.
3. Mensen willen gewaardeerd worden en zijn bang te verliezen wat ze hebben. Eens in de zoveel tijd te belonen met een waarderende e-mail of face to face compliment blijkt op de lange termijn vaak nog beter te werken dan geld. Ook de angst om te verliezen wat men heeft, kun je inzetten voor het verbeteren van het uren registreren.
4. Mensen hebben behoefte aan plezier. Maak het uren registreren zo leuk en makkelijk mogelijk. Zo wordt het leuk en lonend om in te loggen in de tool. Het uren registreren zelf maak je voor medewerkers eenvoudig door een goede balans tussen inzicht en investering.

Als die niet helpen, is waarschijnlijk de werkdruk te hoog. De medewerkers hebben waarschijnlijk te weinig tijd om te schrijven en er zijn meestal meer declarabele taken waar ze niet aan toe komen.

Gamification

Een van de beste manieren om te zorgen dat de werknemers de urenregistratie structureel invullen aan de hand van onbewuste psychologische behoeften, is door middel van gamification.

Gamificatie is het gebruik maken van spelmechanismen om het beloningscentrum van onze hersenen aan te spreken en positieve stimulans te bieden voor het voltooien van een taak. Gamification werd voor het eerst geïntroduceerd door de Russische wetenschapper Dmitri Mendelejev in de 19e eeuw.

De resultaten van gamification bewijzen dat het de moeite waard is. De voordelen van gamification kunnen met de technologie van vandaag gemakkelijker dan ooit worden gerealiseerd. Het kan een geweldig hulpmiddel zijn om het invullen van urenregistraties te helpen overwinnen.

Door gamification en gamemechanica toe te passen, kun je ook een groter gevoel van gemeenschap, bedrijfscultuur, transparantie en een betrokkenheid van je team stimuleren.

Spelmechanismen zijn de regels en beloningen die de basis van het spel vormen. Ze maken gamificatie uitdagend, leuk en lonend. De 10 primaire spelmechanismen zijn:

- Punten
- Levels
- Missies
- Badges
- Leaderboards
- Vrij te spelen
- Gebeurtenissen Feed
- Quiz
- Visuele vooruitgang

Speldynamiek verwijst naar een reeks emoties, gedragingen en verlangens die in spelmechanismen worden aangetroffen. Ze worden gebruikt met spelmechanismen om betrokkenheid te bevorderen en deelnemers te motiveren.

Succesvolle gamification gaat niet over één nacht ijs. Enkele top gamification best practices zijn:

1. Bepaal hoe overtuigend je content is.
2. Stel een tijdschema op.
3. Bepaal de time-to-market.
4. Meet de resultaten.

Conclusie

De meest geschikte manier om te zorgen dat de werknemers de urenregistratie structureel invullen is dus aan de hand van onbewuste psychologische behoeften. Je kunt het beste op deze onbewuste psychologische behoeften inspelen door gamification te gebruiken.

Gamificatie is het gebruik maken van spelmechanismen om het beloningscentrum van onze hersenen aan te spreken en positieve stimulans te bieden voor het voltooien van een taak.

De resultaten van gamification bewijzen dat het de moeite waard is. De voordelen van gamification kunnen met de technologie van vandaag gemakkelijker dan ooit worden gerealiseerd. Het kan een geweldig hulpmiddel zijn om het invullen van urenregistraties te helpen overwinnen. Door gamification en gamemechanica toe te passen, kun je ook een groter gevoel van gemeenschap, bedrijfscultuur, transparantie en een betrokkenheid van je team stimuleren.

Gamification bestaat uit spelmechanismen en speldynamiek. Spelmechanismen zijn de regels en beloningen die de basis van het spel vormen. Speldynamiek verwijst naar een reeks emoties, gedragingen en verlangens die in spelmechanismen worden aangetroffen. Ze worden samen gebruikt om betrokkenheid te bevorderen en deelnemers te motiveren.

Succesvolle gamification gaat niet over één nacht ijs. Enkele top gamification best practices zijn:

1. Bepaal hoe overtuigend je content is.
2. Stel een tijdschema op.
3. Bepaal de time-to-market.
4. Meet de resultaten.

Literatuurlijst

5 benefits of gamification. (2015, september 18). Smithsonian Science Education Center.

<https://ssec.si.edu/stemvisions-blog/5-benefits-gamification>

Adams, E. (2012). *Game mechanics: Advanced game design.* New Riders Publishing.

<https://www.biworldwide.com/gamification/game-mechanics/>

Gooi geen geld weg met een slechte urenregistratie. (z.d.). Managersonline.nl.

<https://www.managersonline.nl/nieuws/18043/gooi-geen-geld-weg-met-een-slechte-urenregistratie.html>

Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2014). Does Gamification Work? -- A Literature Review of Empirical Studies on Gamification. *2014 47th Hawaii International Conference on System Sciences*, 3025–3034.

Homewood, K. (2019, juni 14). *Avoiding the timeclock blues: Gamify time tracking.*

<https://kolmegroup.com/gamify-time-tracking/>

Trackabi — free time tracking & leave management software. (z.d.). Geraadpleegd 21 maart 2022, van <https://trackabi.com/blog/gamification-of-time-tracking>

What is gamification? | BI WORLDWIDE. (1AD, januari 1).

https://www.biworldwide.com/what-is-gamification?utm_source=bunchball.com&utm_medium=referral&utm_campaign=domain_redirect

What is Gamification and How Can It Help My Business? (2017, juli 7). Small Business Trends. <https://smallbiztrends.com/2017/07/what-is-gamification.html>

Whitepaper: Keeping Track Of The Money. (z.d.). TiqTime.

<https://www.tiqtime.com/resources/premium-content/keeping-track-of-the-money>