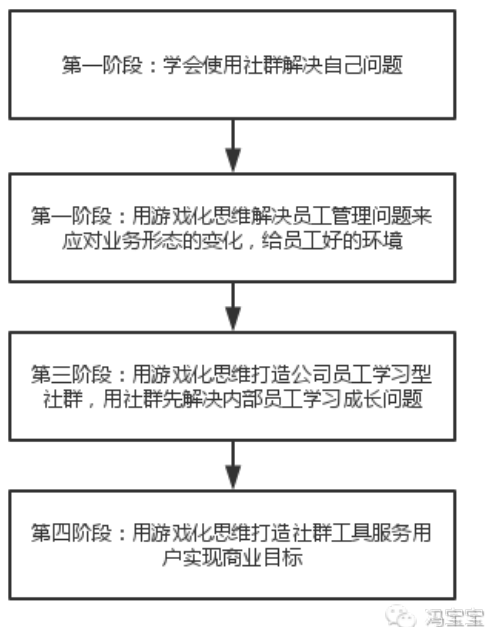


社群四部曲三：如何用游戏化思维打造公司内部学习型社群(2)

社群四部曲三：如何用游戏化思维打造公司内部学习型社群

原创2016-07-09冯健 冯宝宝 冯宝宝

要做好社群运营得经历四大阶段，上篇文章我写了如何解决第二阶段的问题，今天就着重聊聊如何解决第三阶段的问题：如何利用游戏化思维打造企业内部学习型社群。



//

企业背景：一家做金融服务的公司，主要业务：培训、并购、资金以及优质资产的对接。销售队伍有200多人，他们既负责销售也要做社群的维护运营。

对于这家公司而言，员工就是他们最大的资产。由于他们服务的都是些高净值用户，所以对于员工的能力素质要求非常高。员工业务的培训对于公司的发展至关重要。

企业运营现状：员工培训成本过高，效果有限

公司的培训形式主要就是每年定期的去总部集训，请一些外部知名的讲师授课，然后请一些内部业绩优秀的员工做分享。而路费、误工费、住宿费算在一起是很高的成本，所以这种培训频率相当有限。

这些名师不熟悉公司内部具体的业务，模板式的课程大纲很难满足员工具体的工作需求。而内部业绩优秀的员工分享纯粹是义务形式，缺乏足够的动力去做好精心的准备，说太多干货对自己也没有多大好处，很多时候都是在台上自嗨。

打造公司学习型社群的意义

只有自己真正体验到社群的价值才能将价值传递给用户

用户需要通过公司打造的社群学习成长，那员工同样也有这样的需求，为嘛不先利用社群来提高员工的业务能力。当只有员工自己通过公司的学习型组织得到了学习价值，那么他在运营用户群的时候回更有方向感和信心。

一个从来没有吃过美食的人是很难做出一道可口的菜。如果连自己公司内部学习型社群都组织不起来又如何去搞定用户。

用最低的成本达到最优的学习效果

以往的培训成本很高，但是效果也很有限。其实公司内部不乏业务高手，只不过咱们国内骨子里的思维是宁可少说话不做出头鸟，见面各种客套话。

如果把这些人给真正的激活让他们放下戒备的心态积极的参与分享，那对于公司整体素质的提升将发挥非常重要的作用。这绝对是外部培训所不能取代的，而达到这一切你没有任何成本负担，只需要提供制度和环境。

接下来说说如何用游戏化思维打造员工学习型社群解决上述问题，帮助员工学习成长。

在冷启动阶段做这种事情必须得自愿而且又有门槛

刚开始做这种事情不能强制，必须得自愿。很多公司管理者一听觉得有道理，就一拍脑袋下行政命令要求全员参与强制执行。对于这种事情如果强制去做他们有的是办法敷衍你。

// 游戏化思维解读：游戏就是不断做出有意义的选择，而这些选择是自愿的。哪有玩游戏逼别人的，这样就会丧失游戏的乐趣，也背离了事情的初衷。

我采取的做法是先由几个优秀员工小范围发起。如果由小菜鸟发起，质量没法保证，而且高傲的优秀员工也不太愿意跟你玩。而由优秀员工先发起，推动的难度要小很多。

一开始就大动干戈由于没有成熟的经验有可能会管理混乱。万一做不好，还有透支大家信任的风险，所以容错成本过高。要知道企业里面总有一些喜欢看别人笑话的人。

根据企业的情况、学习型社群的内容如下：

- 销售运营的sop流程梳理；
- 销售开单的实战案例经验分享；
- 各自手里的客户盘点之后的资源共享；
- 实时问题的解答；
- 对服务客户有帮助的行业知识分享。

学习型不仅是自愿而且还要给其他想要参加的人设置门槛。门槛可以分为两种，要么你进来之前也得提供你的业务总结，或者案

例经验，要么就交入群费；

设置门槛的目的在于：

- 没有任何门槛的游戏将不受别人重视
- 伸手党的出现会很影响别人的积极性
- 一群没有付出的人也会让你很难去管理

设置好激励制度，激发大家的内在动机

中国人传统的思维理念是枪打出头鸟，对于那些爱表现的人往往是排斥的，不管他是装逼型的还是实力型的。所以很多人潜意识就是少说话少出头就是少承担风险。

而在运营这种学习型社群的时候你必须让大家积极参与，心态要放开。要想别人认真去做这个事情就得提供一个好的制度环境，激发他们的内生动力。

我设想的几种激励方式：

- 1、所有的有价值分享进行整理汇总，编写成一部员工手册，并且标注内容的作者，以后所有的员工人手一本，这对于作者而言得多有面子；
- 2、人始终是有惰性，想加入每人每年必须出一定的份子钱，这些钱就是激励那些作出贡献的员工，防止伸手党的出现，付出了也懂得珍惜；
- 3、以后的公司内训重点从经常提供优质分享的员工里面挑选，并给予一定的物质回报，给谁不是给还不如给自己人（自己人也得市场价）；
- 4、职位提升侧重于这些分享型的员工，因为想领导好一个团队，必须具备分享精神、表达能力和业务能力。

在这种体制之下，解决了大家的后顾之忧。对于企业管理者而言，这种事情管理成本是极低的，达到的学习成长效果是极高的，并且还是零成本。

//

游戏化思维解读：游戏之所以有趣就是因为通过各种激励让你获得成就感激发你的内在动机。对于这种非量化的学习行为想要大家高质量参与就必须得激发内在动机，光靠权力是无效的。

设置好游戏规则，保证制度的推动执行，保证及时的反馈

很多企业不乏好的制度，不乏好的创意想法，最后都执行不下去了。问题无非就归结为这么几大类：

- 光有好的想法，确不给出的一套执行方案，结果就太监了；
- 想法虽好可执行成本太高，搞搞就坚持不下去了；
- 搞着搞着大家就动力不足了；
- 做事情没有任何反馈，别人也不当回事了；
- 这个任务本身就有生命周期的，他已经行驶完了他的使命；
- 公司总会有那么一些搅屎棍，喜欢把好事搅黄。

执行上述的制度之前得搞清楚谁来执行、谁来评选、谁来组织每次的讨论、谁来整理等等一系列的问题。执行学习型社群的计划必须配备一套完整的反馈系统和执行方案。

社群谁来做管理：

建立学习型社群之后群管先由大家自愿申请，每人轮值一周，这样也不会造成个人负担过重，群管理员可以先由公司新人去担任。轮值同样也可以防止办公室政治的发生。

如何评选保证公平：

评选的方式由大家投票，员工也可以申请复议。毕竟公司里面多多少少会有办公室政治，任何地方都可能成为战场。在这个问题上一定要保证客观公平性。

群管具体该做什么事情：

- 确定线上讨论时间
- 确定线上参与人员
- 督促分享整理好自己的内容并且汇总
- 做好评选工作的整理汇总
- 做好日常的内容记录整理工作
- 跟下一个轮值群管进行工作交接

群管该如何鼓励：

任务完成的好的话可以物质激励，也可以参与最优群管评选，给予精神激励。具体的激励方式可以不断调整，一切以提高工作积极性为出发点。

有一套完整的执行路径才能把这个游戏运转下去变得有趣，而不是成为别人的负担。

//

游戏化思维解读：好的游戏需要有及时的反馈系统，对玩家而言实时的反馈系统是一种承诺，让被人相信目标是可以达到的，给了别人继续玩下去的动力。而公司做做任何决策的同时需要重视对应的反馈系统的执行，这样才能建立公信力。

当然也会有人说，我们公司只有十来个人可咋整！有的东西也不局限于公司内部嘛，主动一点，多找几个友司一起玩好了。案例也只是参考，最终的落实还是得结合公司具体情况。

最后再强调一下，一个没有社群思维的人是很难把社群运营好，而想具备这种思维，先把自己当成一个用户，先让自己体验到社群对于自己带来的价值。

如果连公司内部的员工都不能把学习型社群组织起来，那你拿什么去运营好跟你处于弱关系的用户群体。

相关阅读：

[社群四部曲一：社群对于企业的价值具体在哪里](#)

[社群四部曲二：游戏化思维在社群运营中发挥的作用](#)

有什么不明白的可以私信联系哟，微信：753007292。下一篇社群运营四部曲四，我觉得只要是你关注社群领域，你真的应该不能错过。

投诉