

GAMIFICAÇÃO COMO ESTRATÉGIA DE ALAVANCAGEM DE VENDAS EM UMA ESCOLA DE CURSOS PROFISSIONALIZANTES

CORDEIRO, Alexandra Inês da Silva¹

RODRIGUES, Rosiane Cardoso¹

LACERDA, Aline Cristiane Rocha²

Este estudo teve por objetivo aplicar a gamificação como estratégia para alavancar as vendas de uma escola de cursos profissionalizantes de Foz do Iguaçu. A proposta visou fomentar ações de proximidade entre os futuros gestores de processos e a comunidade local. Para o desenvolvimento do estudo foi aplicada uma entrevista semiestruturada junto ao gestor da unidade, utilizando-se da análise de conteúdo para analisar os resultados. Os resultados demonstraram uma baixa considerável na procura dos cursos da instituição no início da pandemia da Covid-19. Como ação estratégica para minimizar os efeitos da problemática identificada, foi desenvolvido um jogo denominado “Caça ao Tesouro na SIEP”. Assim, uma trilha para composição do jogo foi estabelecida pelas acadêmicas, as quais dava direito ao vendedor de cursos uma dica para encontrar o “tesouro” quando ele concretizasse uma matrícula. Destaca-se como resultado da aplicação da gamificação, a integração e a competição saudável da equipe de vendas, além da superação do número de matrículas quando comparado ao ano anterior.

Palavras-chave: Gamificação, estratégia, plano de ação.

Resultados Obtidos



Figura 1: Resultados obtidos antes e depois da aplicação da gamificação

Fonte: Seminário e apresentação dos resultados

¹Alunas do curso de Processos Gerenciais da Centro Faculdade Integrada das Cataratas.

²Professora da Faculdade Integrada das Cataratas – FIC Foz do Iguaçu. E-mail:aline.lacerda@udc.edu.br