

Игрофикация

Попова Э.А., Госуниверситет-УНПК, гр.11-ТБ

Актуальность: В наше время эта тема очень актуальна, потому что путём игры человека интересуют посещение сайтов, интернет-магазинов, соцсетей.

Цель: В данной статье я рассмотрю использование игровых механик в повседневной жизни как способ удержать пользователя на сайте.

Использовать игровые механики на своих сайтах впервые стали популярные и известные компании. Они изучали влияние системы игр на посещаемость пользователей. Одним из таких проектов является американский портал devhub.com. Он обучает веб дизайнеров. Его администрация вместо рутинных учебников и научных материалов давала всю необходимую информацию, используя игровые механики в интерфейсе. Так, что любой, кто имеет стремление, может создать сайт. Обучение было разбито на этапы, после каждого завершённого этапа пользователю выдавался знак отличия — деватор. Такая «игровая политика» оказалась очень эффективной. Среди многих интернет-порталов, использующих этот потребительский тренд можно выделить 2 основоположника:

1. Foursquare.com

Первый сайт, начавший внедрение игрофикации глобально – это Foursquare.com. Сегодня эта социальная сеть использует лучшие новаторские инструменты поддержки бизнеса. Идея сервиса состоит в том, за каждое посещение сайта со своего смартфона из определенной точки города пользователь получает баллы(check-in). Они, по сути, виртуальной валютой. Если вы часто посещаете кафе спонсора социальной сети, то начисленные баллы превращаются в скидку в этом заведении. Ещё один пример использования чекенов в качестве рекламы: когда система фиксирует с помощью смартфона, что он находится рядом с магазином чекен скидок, ему приходит личное сообщение с подробным описанием скидки.

Также в качестве награды используются бейджи . Все действия сводятся к получению VIP статуса «мэр», который позволяет получить большое количество материальных благ. Все это принесло бешеную популярность этой сети среди 8 миллионов человек. Большое количество партнёров также повлияло на успех Foursquare, потому что её создатели ввели игровые механики и в коммуникации между корпорациями. Процессы заключения сделок превращаются в интересную игру, давая возможность компаниям, пользоваться благами друг друга, конкурировать и приглашать других партнёров без больших финансовых вложений.

2. 750words.com

Продолжателями компании Foursquare.com стали использовать принцип, получивший название, «утренние страницы». Это словосочетание «morning pages» на Западе очень популярно. Оно подразумевает процесс избавления от болезни общества, получившей название прокрастинация (термин в психологии, означающий желание откладывать неприятные дела на потом). Самым известным среди подобных сервисов считается 750words.com.

Сайт заставляет печатать каждый день по 750 слов, а участник сам соглашается на это и устанавливает штраф в случае невыполнения (вплоть до выплаты в пару долларов). Причина популярности этого сервиса в том, что он организует деятельность человека. Не важно, пишете ли вы диссертацию, книгу или ведёте свой блог, Вы сможете контролировать себя, проводить некую психотерапию каждый день, набирая 750 слов.

Хорошей функцией 750words.com является то, что он каждый день присылает напоминание с информацией о текущем статусе пользователя, написанных отзывах и т. д. Также, есть система поощрений баллами, в зависимости от того, что пишет пользователь и как долго. Однако фишка появилась совершенно неожиданно – лучшим способом организации явилась не система штрафов и поощрений, а просто стремление к цели и сам результат.

Вывод: Игрофикация является замечательным маркетинговым средством для привлечения внимания к своему сайту или сервису, а также создает

прекрасные условия для улучшения активности пользователей. По этой причине игровые механики стали сегодня главным объектом внимания многочисленных стартап-компаний. Взаимодействуя в игровой форме между собой, пользователи получают намного больше удовольствия, чем раньше, что отражается для сервиса ростом популярности.

Список используемой литературы:

- 1.Wikipedia.org [Электронный ресурс] - режим
доступа: /<http://ru.wikipedia.org/wiki/Игрофикация> (дата обращения 01.12.12)
- 2.Sitecritic.ru [Электронный ресурс] - режим
доступа: /[http://sitecritic.ru/igrofikaciya-otkuda-“ono”/](http://sitecritic.ru/igrofikaciya-otkuda-ono/) (дата обращения 01.12.12)
- 3.Internetno.net [Электронный ресурс] - режим
доступа: /:<http://internetno.net/category/biznes/analitika-biznes/vsja-pravda-ob-igrofikacii/> (дата обращения 01.12.12)