Автор: Administrator
22.10.2015 00:00 - Обновлено 06.11.2015 13:31

Игрофикация или геймификация подразумевает использование подходов, которые в неигровых инструментах характерны для компьютерных игр для привлечения потребителей и пользователей, повышения их интереса для решения прикладных задач, применения продуктов. Согласно данным аналитиков, благодаря геймификации повышается
интерес на 17-25%, и в 2016 году рынок геймификации должен достичь
17-25%.
Ванда Мелони из M2 Research сообщает, что использование игровых механик в нетрадиционных для этого сферах экспоненциально повышается в течение последних 18 месяцев. Но, нельзя не отметить, что на этом пути даже крупные компании совершают ошибки геймификаций.
В этой статье постараемся рассказать о некоторых из них.

1-я ошибка: Фокус на соревнованиях

Безусловно, в геймификации большую роль играют соревнования. В стратегии игрофикации соперничество можно назвать одним из главных элементов. Но, также необходимо учитывать и другие важные аспекты, такие как сотрудничество, положительное подкрепление и совместную работу. Для того, чтобы, на самом деле, увлечь аудиторию, соревнование не должно быть только целью игрофикации. Необходимо пользователей сосредоточить в основную задачу приложения, а не в то, чтобы они лидировали в таблице
лидеров. Несомненно, состязание должно быть увлекательным, но только оно не должно отв
лекать внимание людей от главного. Если все пользователи будут стремиться достичь вершины, то на контент никто из них не будет обращать внимание.

Как это исключить

Согласно Cantador & Conde (2010): соревнование должно быть довольно длинным, чтобы начинающие не потеряли к нему интерес из-за нехороших начальных результатов и чтобы все участники имели хороший шанс выиграть до конца активности. Для повышения конкуренции можно поощрять деньгами. Также позиционирование досок почета может стать другим важным фактором. Если доски располагаются в центре страницы и привлекают внимание, то пользователи пожелают соревноваться естественным путем. Если использовать инструменты типа Captain Up, то можно повысить рейтинги лидеров для мотивации пользователей, им показывают их сегодняшнее место на базе заработанных ими очков за соответствующий период времени.

2-я ошибка: неясные цели геймификации

Прежде, чем реализовывать стратегию геймификации необходимо определить ясные цели. Самые популярные цели, благодаря которым избежали ошибок геймификаций некоторые из наших пользователей:

- внести изменения в поведение пользователей;

- повысить вовлеченность;

- увеличить лояльность пользователей;

- активизировать креативность.

Невозможно поддерживать игру живой, управлять механикой игры, вносить изменения

для постоянных обновлений без четкого плана.

Как исключить

Для того, чтобы избежать этой распространенной ошибки, нужно уделить время планированию. Для того, чтобы дизайн геймификации стал эффективным, необходимо начать с определения и четкого понимания, какова ваша основная задача и что мотивирует пользователей.