

ИЮЛЬ

АГЕНТСТВО ЦЕЛЕВОГО МАРКЕТИНГА

**Геймификация как
самомотивационный способ
взаимодействия с клиентами**



Многоканальные коммуникации



Сложная сегментация

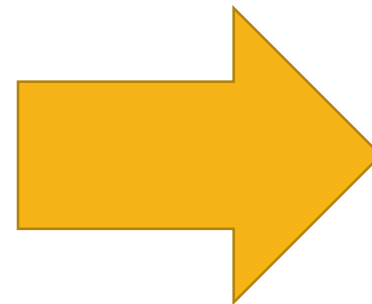


Наполняем ценностью канал

Лучшее предложение

Регулярное обновление

Возможность оплатиты



ИГРОВЫЕ МЕХАНИКИ

В каждом живет частица одного из 4 типов игроков



Собиратели

Копить, строить, развивать



Исследователи

Найти, заметить, попробовать



Киллеры

Побеждать, соревноваться,
проверять себя



Социальщики

Рассказать, обсудить, «лайкнуть»

СБОР ЛИДОВ

Пример: компания
для Альфа Банк Казахстан



Вместо рекламы карты банка,
рекламируем возможность выиграть
приз за 60 секунд и получать еще
больше призов оформив карту



В результате большой отклик на рекламу и
ниже цена клика (стоимость клика на игру в
соц. сетях 4-25р., 30-70% оставляют свои
контактные данные)



РЕАКТИВАЦИЯ

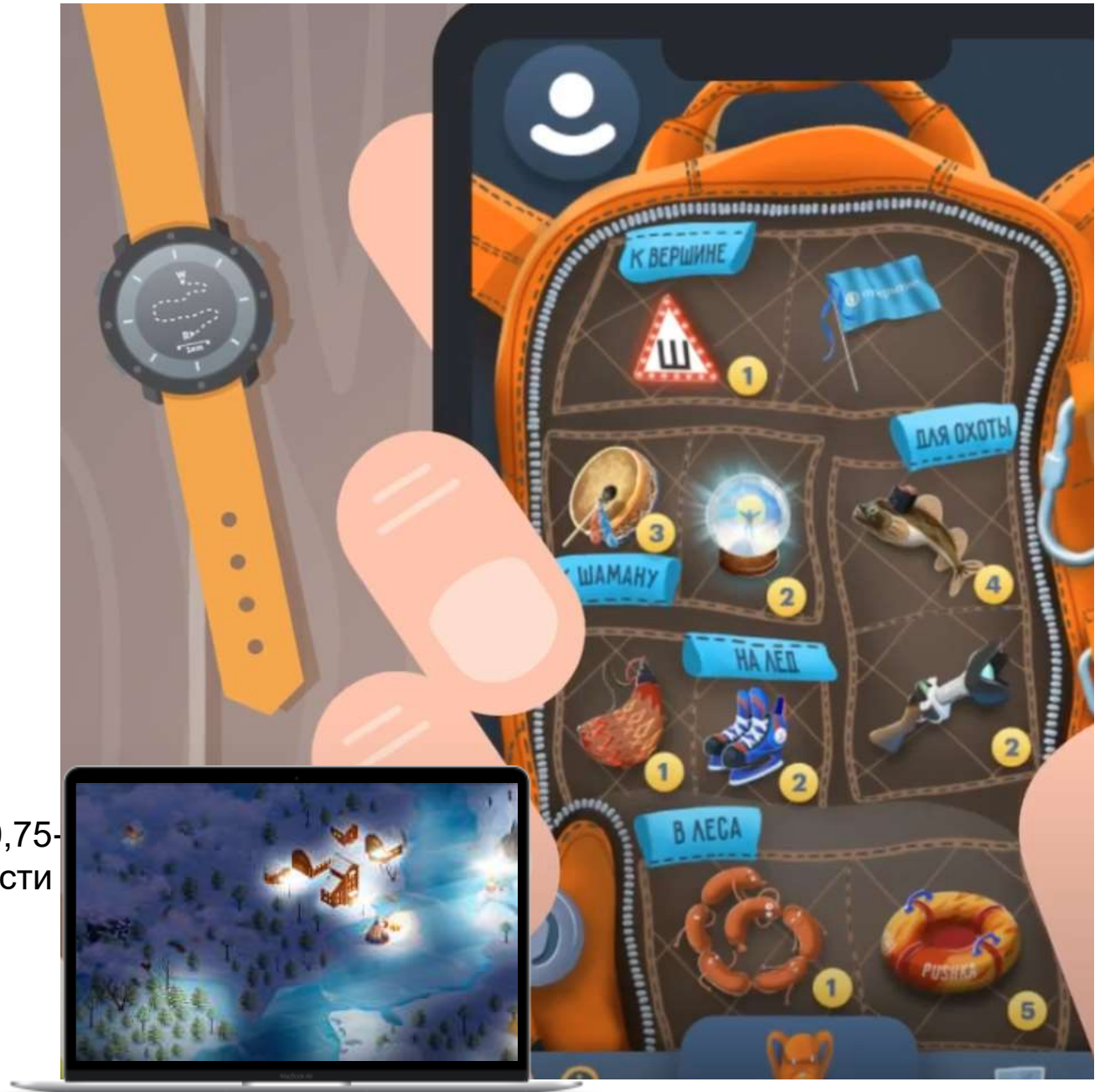
Пример: Банк Открытие,
Райффайзен банк



Механика с простым получением
первого приза



Результаты: вовлеченность в акции от 0,75-
20% в зависимости от срока не активности
клиента



ОБУЧЕНИЕ

Пример: информирование участников конференции о привилегиях Visa



В процессе игры участник вынужден многократно запоминать изображения на карточках



Результат: после 2-3 сеансов игры - помнят наизусть. Может использоваться как для обучения клиентов так и сотрудников



ОБУЧЕНИЕ

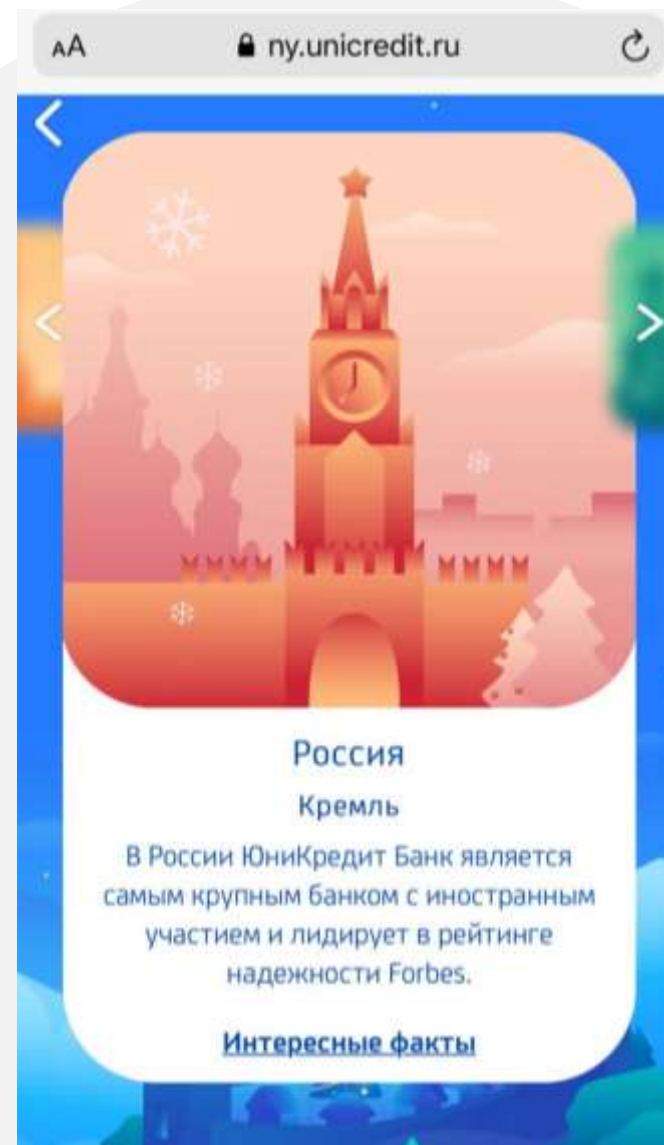
Пример: Банк Открытие, ЮниКредит банк, СПАР Калининград



Обучение клиентов использованию мобильного приложения



Результат: рост использования мобильного приложения на 15%



КЛИЕНТСКИЕ СЦЕНАРИИ

Пример: игра для фудмолла
Депо.Москва



Занимаем клиента игрой, пока он
вынужден ждать (в очереди)



Результат: снижение негатива клиентов,
кросс продажа других продуктов под
видом подарка за хорошие результаты в
игре

Летний турнир
Разгадывай головоломки и получай призы!

1. Получи билет за покупку

2. Сканируй QR и играй

3. Получи призы за свою игру:
● гарантированный приз от твоего корнера
● суперпризы лучшим

ЮниКредит Банк

Премиальная дебетовая карта
с 5% кэшбэком и доступом в бизнес-залы аэропортов
всем финалистам^{***}

57 Priority

50 000 миль
победителю турнира[®]

5 000 миль
всем финалистам^{***}

[®] 1 победитель
^{***} 10 финалистов

Банк предоставляет вознаграждение участникам, а также призы спонсором по выбору. Кэшбэк зависит от категории от покупки от 100 до 1000 руб. - 5%, от 1000 до 5000 руб. - 7%, от 5000 до 10000 руб. - 9%. Максимальный размер вознаграждения - 1000 руб. с одного заказа. Выплата производится на карту от ЮниКредит Банка.

Вознаграждение предоставляется участникам турнира - по два бесплатных билета в бизнес-залы аэропортов для себя и одного сопровождающего. Выплата производится в виде подарочных карт на сумму до 1000 руб. в каждом аэропорту. Подарочные карты можно использовать в магазинах ЮниКредит Банка и партнеров-партнерах, не во всех 70 аэропортах мира. Условия и правила участия в турнире.

АО ЮниКредит Банк. Лицензия № 1115/15-РБ.
Не является рекламой. © 2015 ЮниКредит Банк.

БОНУСНЫЙ ФОНД

Пример: СПАР Калининград



Преимущества в игре за бонусы



Результат: 15-20% участников
расходуют бонусы на возможности в
игре



БАЗА КЛИЕНТОВ

Пример: Банк Открытие и другие



Кросс продажа новых для клиента категорий услуг или продуктов в рамках игры



Результат: вовлеченность в игру 20-40%, целевое действия 4-5% от стартовой базы (вместо 1-1,5% при смс рассылке)



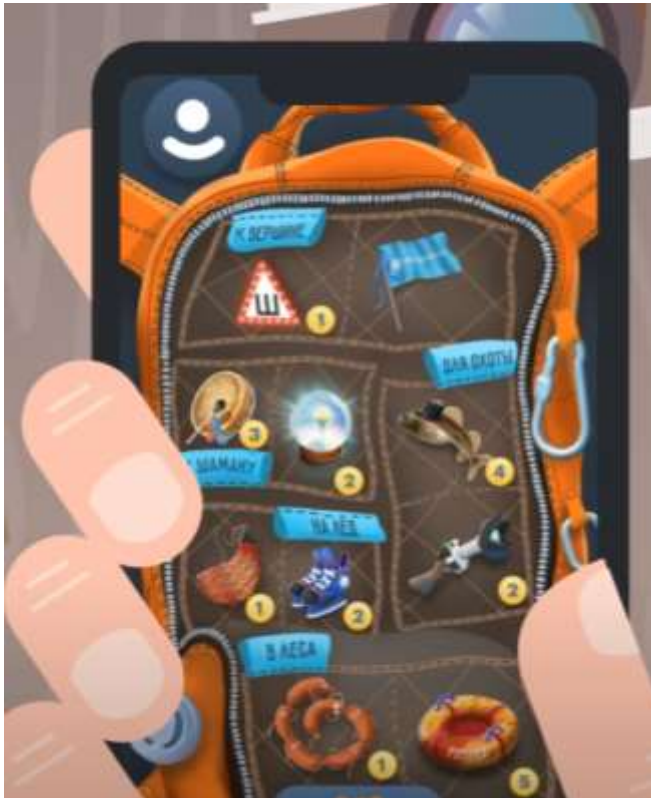
КОММУНИКАЦИЯ

Пример рекламы в торговом зале



ЭКОНОМИКА

Поведение участников



Бонусы



Партнеры



ЭКОНОМИЯ В СКИДКАХ

списание бонусов в игре
уменьшает объём скидок



УДЕРЖИВАЮЩАЯ КОММУНИКАЦИЯ

игровая самомотивация
коммуникации с брендом в
игровом канале



ИГРОВОЕ ПРОМО

игровая самомотивация
востребованности промо предложения



СПАСИБО!

Дмитрий Белоус
d@july.moscow

+7.903.575.15.17
mobile/whatsapp/telegeram