

СУЩЕСТВУЮЩИЕ ПРОГРАММНЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ ВНЕДРЕНИЯ ГЕЙМИФИКАЦИИ В ПРОЕКТ

EXISTING SOFTWARE SOLUTIONS FOR IMPLEMENTING GAMIFICATION INTO A PROJECT

Авторы: Дюбайло Анастасия Вячеславовна (МИРЭА)

Аннотация: В данной статье были рассмотрены такие понятия как геймификация и «адвокатский» маркетинг; был проведен краткий обзор существующих программных решений для внедрения геймификации в проект.

Ключевые слова: внедрение, геймификация, маркетинг, «адвокатский» маркетинг.

Annotation: This article examined concepts such as gamification and advocacy marketing; provided a brief overview of existing software solutions for introducing gamification into a project.

Keywords: implementation, gamification, marketing, advocacy marketing.

Геймификация — это один из наиболее быстроразвивающихся трендов в методологии проведения маркетинговых кампаний. На мировом рынке уже множество корпораций активно используют игровые механики в своем бизнесе.

Основной подход геймификации — это обеспечить получения обратной связи от пользователей в режиме реального времени, которая позволит контролировать и видоизменять поведения пользователя. Это позволяет в кратчайшие сроки освоить весь функционал приложения и не упустить важные и интересные детали.

Помимо этого, геймификация позволяет вовлечь пользователей в процесс использования приложения или сайта, что повышает уровень их лояльности, создает определенные цели и вырабатывает чувство общности. Также, при геймификации применяется поэтапное изменение и усложнение целей и задач по мере приобретения пользователями новых навыков и компетенций, что обеспечивает развитие эксплуатационных результатов при сохранении пользовательской вовлеченности [1].

Для любой компании важно грамотно выстраивать процесс продвижения и развития продукта, так называемую маркетинговую модель. Для этого применяются различные подходы, в зависимости от конкретных задач. Стоит отметить, что на западе некоторое время назад зародился новый подход к продвижению продуктов — «advocacy marketing». Это понятие еще не имеет интерпретации на русский язык, но общий смысл все же можно передать прямым переводом. Итак, «адвокатский маркетинг» — это когда продвижение того или иного продукта происходит посредством его пользователей. Таким образом, люди с реальным опытом использования продукта, становятся его «адвокатами» перед обществом, рассказывают о его сильных местах, об особенностях, характеристиках, примерах

использования и так далее.

«Адвокатский» маркетинг зарекомендовал себя, в эпоху, когда информационные ресурсы стали доступны повсеместно. С каждым днем на мировом рынке появляется все больше программных решений для внедрения геймификации в проект. Рассмотрим наиболее популярные платформы геймификации, основанные на принципах «адвокатского» маркетинга.

Программное решение Spoonity — это платформа для анализа покупателей и клиентов среднего и крупного бизнеса. Основные цели — исследование потребителей, повышение их лояльности и предоставление подарочных услуг. Платформа поддерживает мобильные платежи, проведение акций, электронные подарки, сегментацию потребителей, обмен сообщениями внутри платформы, маркетинговые инструменты в социальных сетях и многое другое.

Основная сфера, где преуспевает Spoonity — это ресторанный бизнес и заведения общественного питания. Комплексная информационная панель Spoonity позволяет заказчикам контролировать производительность мобильного приложения вознаграждений в ресторане. Эта платформа позволяет проводить маркетинговые кампании, анализировать поведение потребителей и развивать свои программы лояльности в ресторанах. Также Spoonity обладает хорошими инструментами аналитики и автоматизации маркетинга.

Spoonity работает на платформах MacOS, Windows, Linux, Android, iOS. Для мобильных устройств интерфейс представлен в виде мобильного приложения. Для десктопов — веб-интерфейс, доступный через браузер [2].

Одним из наиболее популярных программных решений на западном рынке является Influitive AdvocateHub — это маркетинговая платформа геймификации, которая предоставляет клиентам возможность общаться напрямую с брендами, делая взаимоотношения персонализированными. Эта система является универсальным решением, которое подходит для практически любой профессиональной среды.

Платформа Influitive основа таких принципах геймификации как дружеская конкуренция, очки и значки для поощрения пользователей. Уже в базовой версии содержатся наиболее важные инструменты для проведения «адвокатского» маркетинга:

- создание стандартной задачи и награды, а также доступ к обширной библиотеке шаблонов испытаний;
- стандартный брендинг для программы;
- доступ к библиотеке кампаний;
- неограниченные реферальные кампании;
- бесконечные обсуждения (discuss – аналог темы на форумах);
- расширенные отчеты (возможность создавать настраиваемые отчеты, планировать отправку отчетов вам, подробные отчеты по социальным сетям и сравнительные отчеты по другим хамам);
- единая точка входа;

- доступ к библиотеке интеграции, а также к открытому API системы;
- и так далее.

Influitive AdvocateHub — это верный способ стимулировать взаимодействие и сотрудничество как сотрудников, так и клиентов той или иной компании. Основное направление для этой платформы — активное использование игровых механик в маркетинге и других аспектах взаимодействия с пользователями [3].

Мировые компании используют программное решение Ambassify для совершенствования своих внутренних и внешних коммуникаций, для стимулирования вовлеченности сотрудников и создания своего пула «защитников бренда».

Данное программное обеспечение направлено на снижение затрат на развитие клиента (англ. Customer development) — тестирование продуктов, проверку гипотез и обеспечение высокого уровня качества. Ambassify имеет несколько модулей, специально предназначенных для сбора пользовательского контента, начиная от социальных и обзорных кампаний, заканчивая отправкой сообщений в блогах и конкурсами фотографий. Платформа позволяет запрашивать отзывы и идеи сторонников компании, используя простые формы или конкретные задачи, такие как маркетинговые кампании, направленные на продвижение идей или кампании по отбору продуктов.

Платформа Ambassify придерживается стратегии защиты интересов своих пользователей, как внутренних, так и внешних, позволяет компаниям более детально идентифицировать своих сотрудников и клиентов. Имея представление о приверженцах бренда, система приглашает пользователей публиковать материалы в различных социальных сетях и блогах, а затем присуждает всевозможные вознаграждения за эти действия, начиная от присваивания виртуальных статусов различных сообществ, заканчивая материальными брендированными поощрениями [4].

Итак, современный бизнес старается зарабатывать на долгосрочных отношениях с клиентом, планомерно повышая уровень сервиса. Использование платформ геймификации с применением методик «адвокатского» маркетинга дает компаниям большой спектр возможностей для повышения эффективности работы своих сотрудников, а также для привлечения новых и поддержания уже имеющихся клиентов.

Все рассмотренные системы позволяют находить, отслеживать и награждать пользователей, а также увеличивать их количество, что напрямую отражается на результатах продаж. Такие готовые решения подойдут крупным компаниям с большим количеством клиентов, реферальной программой и частыми маркетинговыми кампаниями. Они заинтересуют руководителей бизнеса в сфере IT и информационных технологий, маркетинга и рекламы, розничной торговли в интернете и консалтинговых услуг. Автоматические настройки систем позволяют привлекать рекомендателей и поддерживать бренд без помощи системного администратора и дополнительных затрат на установку.

На сегодняшний день существует достаточное количество качественных программных решений для внедрения геймификации в проект. Для выбора подходящего варианта, компаниям необходимо тщательно проработать направления использования игровых механик, провести детальное исследование своих сотрудников, а также потенциальных и уже имеющихся клиентов. Однако не стоит забывать, что все проекты с применением геймификации должны быть сочетаемы со стратегией развития компании.

Использованные источники

1. Геймификация: основные принципы и способы применения [Электронный ресурс] // Онлайн-конструктор посадочных страниц — 2019. URL: <https://lpgenerator.ru/blog/2015/05/05/gejmifikaciya-osnovnye-principy-i-sposoby-primeneniya/> (дата обращения 12.12.2019)
2. AdvocateHub: Engagement & Advocacy Software [Электронный ресурс] // Официальный сайт экспертов адвокатского маркетинга «Influitive» — 2019. URL: <https://influitive.com/advocatehub/> (дата обращения 15.12.2019)
3. Ambassify: Employee Engagement Platform [Электронный ресурс] // Официальный сайт платформы адвокатского маркетинга «Ambassify» — 2019. URL: <https://www.ambassify.com/> (дата обращения 15.12.2019)
4. Spoonity: Integrated Loyalty Platform [Электронный ресурс] // Официальный сайт интегрированной платформы лояльности «Spoonity» — 2019. URL: <https://www.spoonity.com/features/> (дата обращения 15.12.2019)

и