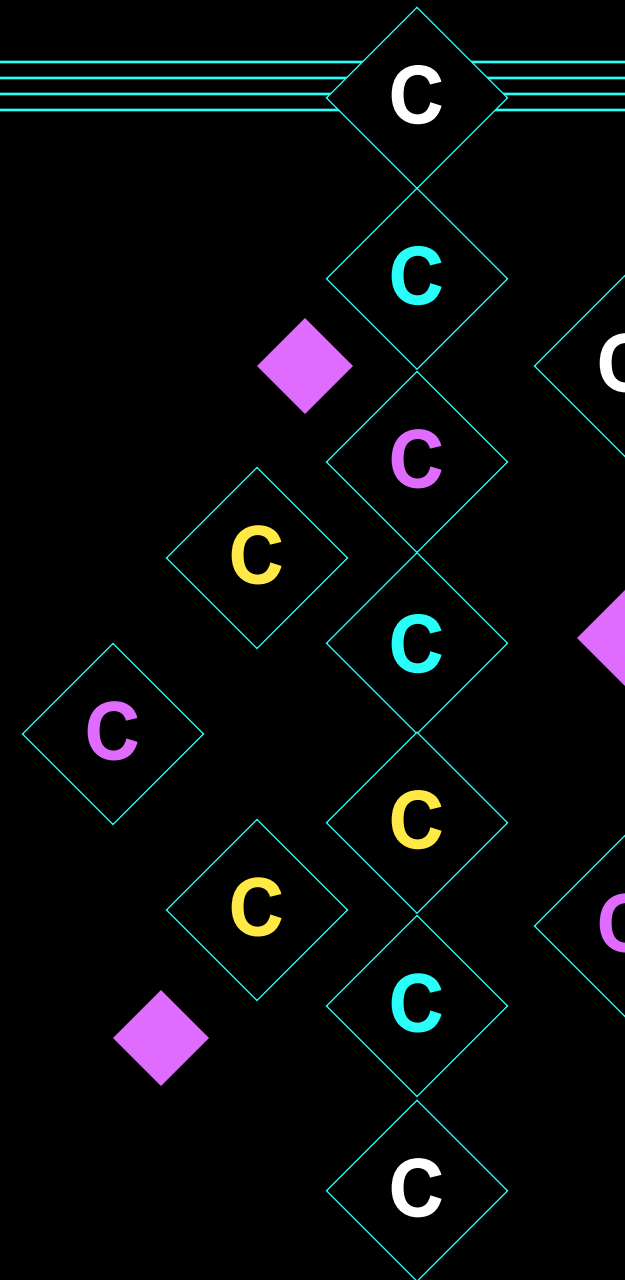




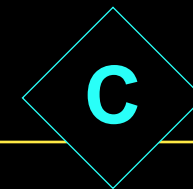
ГЕЙМИФИКАЦИИ В ПРОГРАММЕ ЛОЯЛЬНОСТИ

Бренды, которые играют в игры

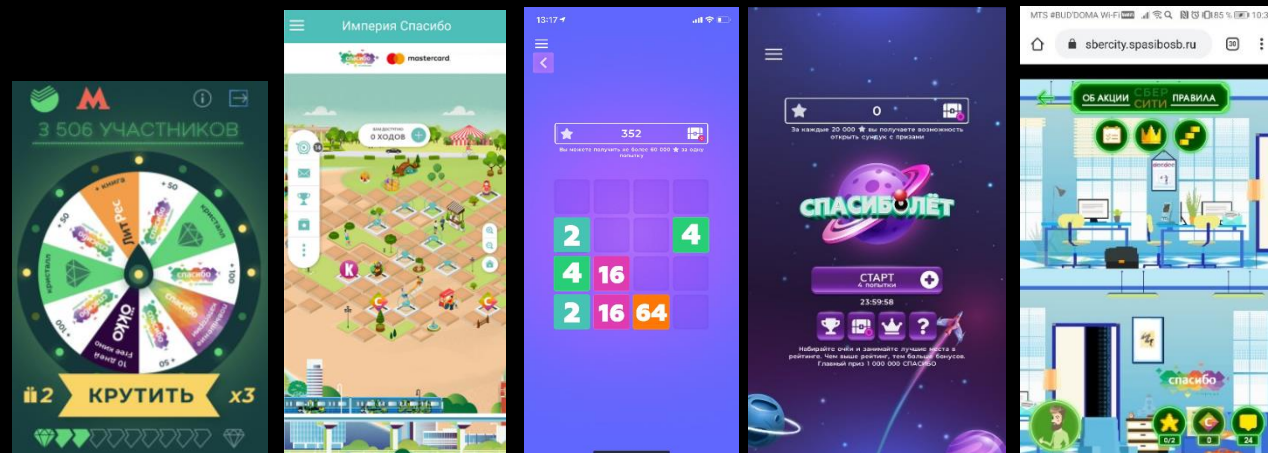
Андрей Губанов
Начальник отдела целевого маркетинга



ГЕЙМИФИКАЦИЯ СПАСИБО В ЦИФРАХ



- Больше 10 игр
- Больше 5 млн игроков
- Больше 1 млрд списаний
- Больше 150 млн сессий игровых
- Больше 100 млн призов, оценочной стоимостью 5 млрд (в т.ч. 500 млн СПАСИБО)
- Больше 50 млн игровых заданий

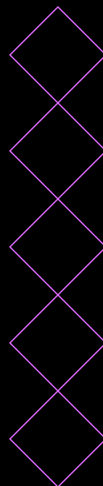


ГЕЙМИФИКАЦИЯ ТОГДА И СЕЙЧАС

С

НА ЧТО МЫ РАССЧИТЫВАЛИ, КОГДА НАЧИНАЛИ

Клиенты начнут списывать
бонусы СПАСИБО внутри игры
(с заданной доходностью)

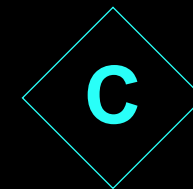


ЧТО МЫ ПОЛУЧИЛИ

Уникальный инструмент, который решает целый спектр задач:

- повышение вовлеченности аудитории в программу
- стимулирование любых действий клиента (в т.ч. активность использования карт банка)
- генерация трафика клиентов к партнёрам
- xsell продуктов
- игра выступает уникальным коммуникационным движком
- сбор контактных данных
- рост MAU, DAU сервисов «Спасибо»

ПОЧЕМУ МЫ ПОВЕРИЛИ В ГЕЙМИФИКАЦИЮ



СОЗДАТЬ ВПЕЧАТЛЕНИЕ

ДАТЬ КЛИЕНТУ ЭМОЦИИ

РАЗВИВАТЬ
ДОВЕРИЕ
К БРЕНДУ

БОЛЬШЕ, ЧЕМ
СПАСИБО

ЗАБОТА

ПОДДЕРЖКА

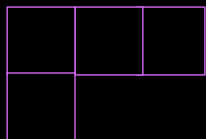
ВЫСОКОЕ
КАЧЕСТВО

ВЗАИМНАЯ
«ЛЮБОВЬ»

СОХРАНИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

ЕЩЕ БОЛЬШЕ
СЛУШАТЬ КЛИЕНТА

ЖЕЛАНИЕ БЫТЬ
С КЛИЕНТОМ



**ЛЮДИ ЛЮБЯТ
ИГРАТЬ,
ЗАРАБАТЫВАТЬ
БОНУСЫ
И ТРАТИТЬ ИХ
В ОДНОМ МЕСТЕ**

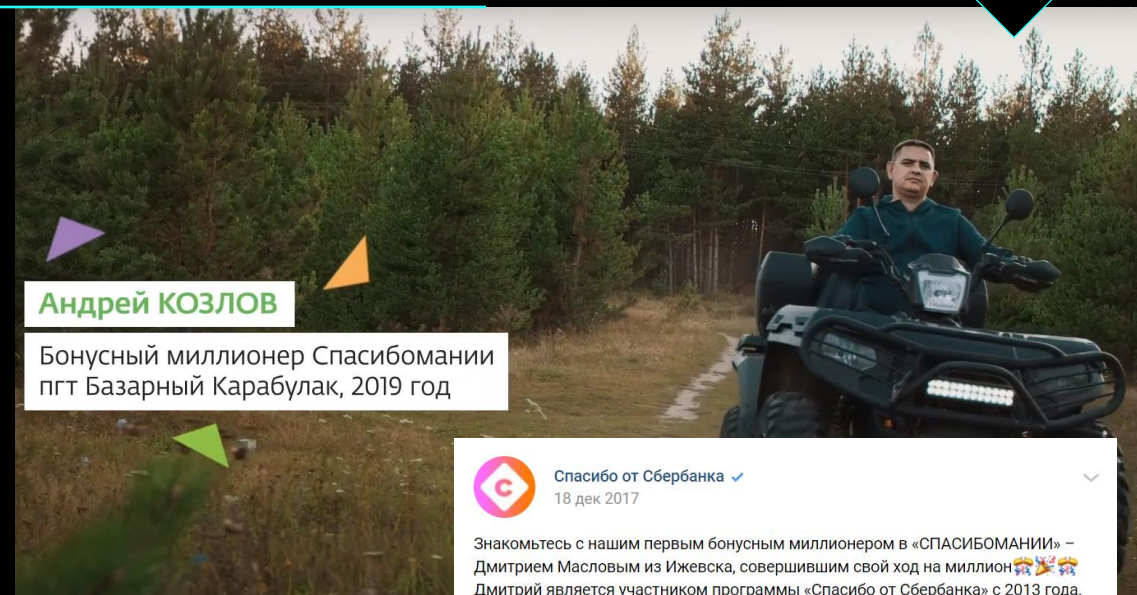
- Играют все
- Эмоции дороже денег
- Новые бизнес – модели
- У рынка огромный интерес
- В рамках одного продукта можем закрывать все потребности

КАКИЕ ЭМОЦИИ?

С

ЭМПАТИЯ / СОПРИЧАСТНОСТЬ

- ★ Каждый может победить
- 👍 Простые человеческие истории
- ⚡ Искренность



Спасибо от Сбербанка ✓
18 дек 2017

Знакомьтесь с нашим первым бонусным миллионером в «СПАСИБОМАНИИ» – Дмитрием Масловым из Ижевска, совершившим свой ход на миллион 🎉🎉🎉 Дмитрий является участником программы «Спасибо от Сбербанка» с 2013 года. Кстати, в Ижевске в Программе участвуют более 100 магазинов партнёров, во многих из которых можно обменять бонусы на скидку до 99%.

Всех участников, которые ещё не бросали кубик, мы приглашаем принять участие в «СПАСИБОМАНИИ» 🎲 <https://vk.cc/7q6W42>

Первый бонусный миллионер в «СПАСИБОМАНИИ»

news

НОВОСТИ АНАЛИТИКА КОНФЕРЕНЦИИ MARKET ТЕХНИКА НАУКА ТВ

CNews FORUM 10 ноября
CNews AWARDS 10 ноября

Иновации в СХД
Ogacle: кейсы
Интернет вещей
Корпоративная мобильность
NetApp: новое в СХД
IT-маркетплейс
Безопасность
ИТ в госсекторе

Житель Москвы стал самым молодым бонусным миллионером

Бизнес Кадры ИТ в банках
03.08.2018, Пт, 14:35, Мск, Текст: Дмитрий Степанов

CRM-системы
Самый продвинутый агрегатор и поиск тарифов
вперед в России
Десятки тарифов от лучших поставщиков
IT-маркетплейс
Market.CNews.ru

Житель Москвы, держатель молодежной карты Сбербанка, получил миллион бонусов «Спасибо» программы лояльности «Спасибо от Сбербанка» по акции «Спасибомания». Как сообщил участник, он состоит в группе Сбербанка «Сберкот», содержащей полезные советы по управлению личными финансами, где он и узнал о «Спасибомании». В настоящий момент в акции приняло участие более 1,1 млн пользователей.

Акция построена по принципу настольной игры «бродилки» с кубиком — после броска виртуального кубика «фишка» участника передвигается по клеткам, на которых спрятаны различные призы и подарки от партнеров. Пользователь может либо менять бонусы на броски, либо получать броски за выполнение специальных заданий. В качестве возможностей заработать броски участники

С

ГЕЙМИФИКАЦИИ СПАСИБО ОТ СБЕРБАНКА

С

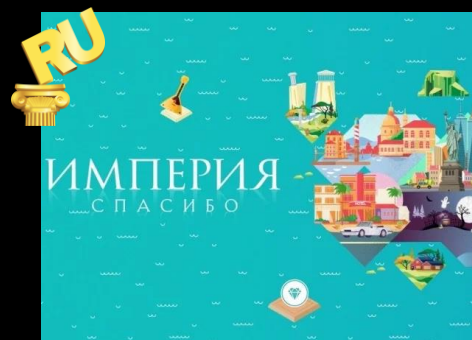
Уникальная активность в рамках программы лояльности «Спасибо от Сбербанка». При помощи игровых механик проекты значительно увеличивают активность пользователей, приносят прибыль, новых клиентов нам и нашим партнёрам



Спасибомания 1 — 10.17-01.18
Спасибомания 2 — 06.18-08.18

3 млн. участников

Премия Рунета:
Лучшая игра года



Империя Спасибо
09.18 — 01.19

2 млн. Участников

Премия Рунета:
Лауреат народного голосования

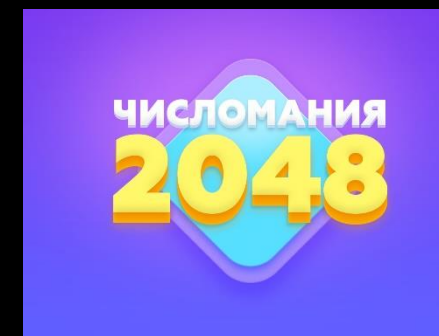


Спасибомания 3: Гипербросок
06.19-09.19 (1й сезон)

1,6 млн. участников

Премия Retail Finance Awards:
Победитель в номинации
CX-Customer Experience

Премия Рунета:
Победитель в номинации
народного голосования «Лучшая
игра Рунета»

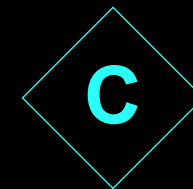


Таймкиллеры: с 20.04.2020

1,5 млн участников

Интеграция соревновательной механики
и системы управления сложности
игрового процесса

СПАСИБОМАНИЯ – ПЕРВЫЙ УСПЕХ И ПЕРВЫЕ УРОКИ



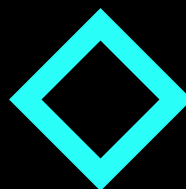
РЕЗУЛЬТАТЫ:

- 1,6 млн. участников
- Более 20 млн. игровых действий
- 90%+ выполняют игровые задания

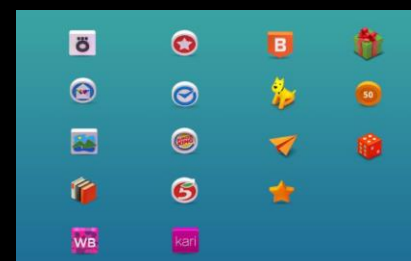
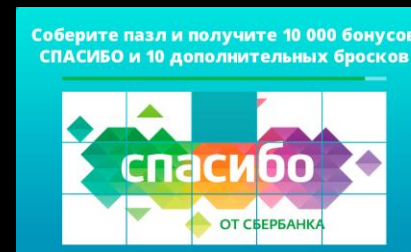
Начинали как продукт для списаний **Бонусов**

Заканчивали с пониманием, что продукт может решать:

- инструмент управления клиентских поведением
- генерацией трафика к партнерам



Увидели, что есть сегменты с отрицательным эффектом для проекта и даже незначительный рост доли такого сегмента мог убить проект.

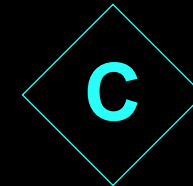


Начинали с небольшим списком призов: фиксированные спасибо, повышенные спасибо в категории, доп. броски в игре

Добавили накопительный гарантированный приз – 10 000 Бонусов (за собранный пазл)

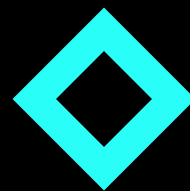
Заполнили пустые ячейки призами от партнеров Спасибо

ИМПЕРИЯ СПАСИБО, НОВЫЕ УРОКИ: «ГЛАВНОЕ - ПРОЗРАЧНОСТЬ»



РЕЗУЛЬТАТЫ:

- > 2 млн. участников
- Более 20 млн. игровых действий
- 85% аудитории выполняют задания в игре



НАЧИНАЛИ КАК ПРОДУКТ ДЛЯ:

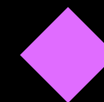
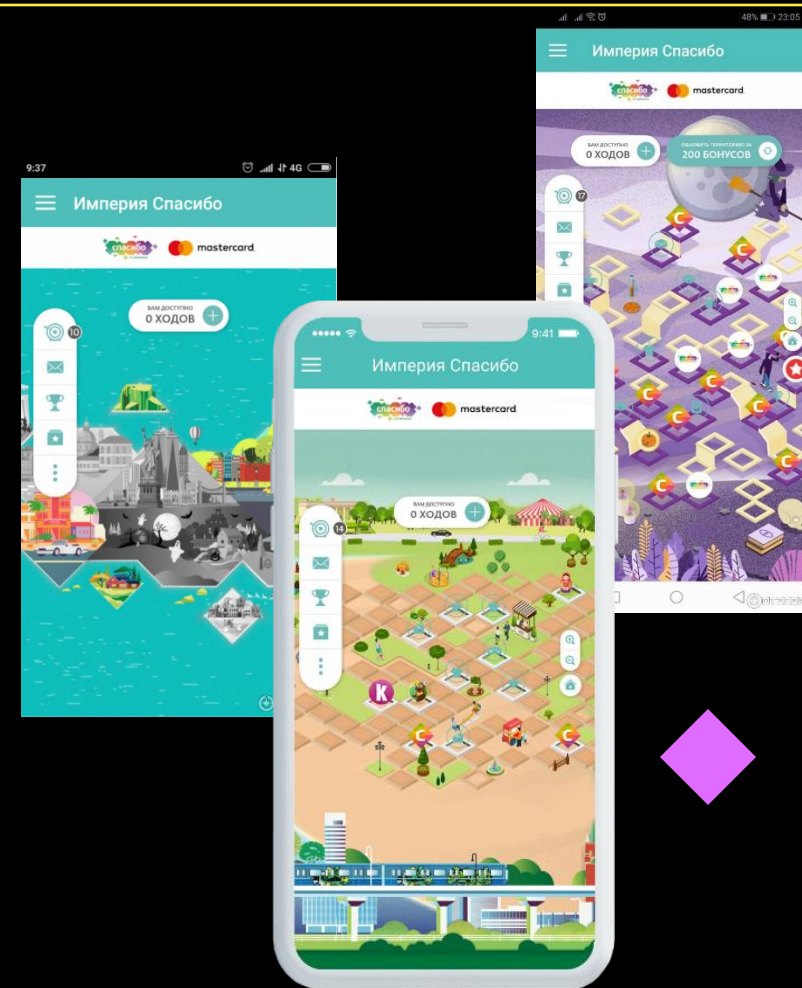
- стимулирования активности использования карт Сбербанка
- Стимулирование списаний бонусов в игре
- Монетизация на партнерах

ГЛАВНАЯ ЦЕЛЬ БЫЛА ДОСТИГНУТА

УВИДЕЛИ:

- клиенты не видели призов на карте
- не всем понятно, что могут выиграть
- снижение вовлеченности в определенный сегмент игры

ВЫВОД: клиент должен видеть основную цель игры, за что он борется



СПАСИБОМАНИЯ 3.0 Гипербросок

С

РЕЗУЛЬТАТЫ:

- 3 млн+ участников
- Более 50 млн игровых действий
- 95%+ выполняют игровые задания

НАЧИНАЛИ КАК ПРОДУКТ ДЛЯ:

- Стимулирования активности использования карт Сбербанка
- Стимулирование списаний бонусов в игре
- Монетизация на партнёрах

Внедрили таймклиллер с ежедневными бесплатными попытками для увеличения DAU/MAU игры/сервисов Спасибо

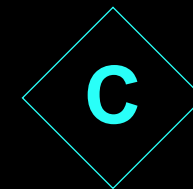
Увидели:

Таймклиллер - самостоятельный продукт, способный выполнять все ключевые цели бизнеса

Основная причина – клиент больше чувствует свое влияние на исход, как результат – более активно вовлекается в игру



ТАЙМКИЛЛЕРЫ – ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННОЕ УПРАВЛЕНИЕ СЛОЖНОСТЬЮ



РЕЗУЛЬТАТЫ:

- > 1,5 млн. участников
- Более 40 млн. игровых сессий

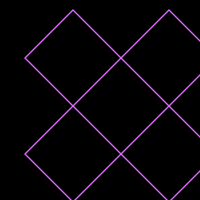
НАЧИНАЛИ КАК ПРОДУКТ ДЛЯ:

- Рост MAU и DAU
- Стимулирование списаний бонусов в игре

УВИДЕЛИ: огромную вовлеченность, но вместе с этим мы столкнулись с читерством. Многие клиенты начали обучаться игре и показывать со временем более высокие результаты, что начало ломать экономическую модель

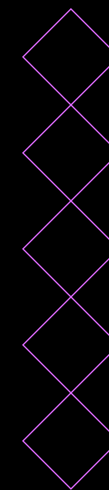
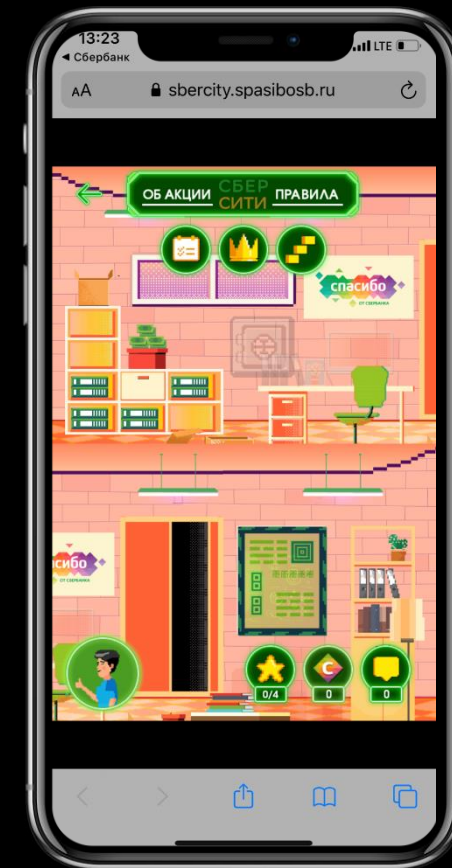
ВЫВОД:

- Начали разработку и внедрение своей античит системы
- Разработали мат. модель управление сложностью игры до уровня клиента



РАССКАЖЕМ О МЕХАНИКАХ

- Игра без яркого завершения гарантированного/возможного крупного приза работает не так круто
- Если нет логического окончания – это плохо



ИГРА - НЕ СТАТИЧНЫЙ ПРОДУКТ

С

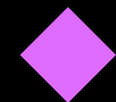
**МЫ НЕ ДЕЛАЕМ
ГОТОВЫЙ ПРОДУКТ,
МЫ ДЕЛАЕМ
УПРАВЛЯЕМЫЙ ПРОДУКТ**



ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ:

- Технологическая возможность регулирования основных метрик игры (сложность, вероятность приза, дополнение/изменение набора призов/заданий и пр.)
- Адаптивная стратегия коммуникаций с участниками игры
- Регулярные релизы с новыми фичами

РЕЦЕПТ УСПЕШНОГО ПРОЕКТА НА СЕГОДНЯ



КРУТАЯ КОМАНДА



ПАРТНЕРСКИЕ АКТИВАЦИИ



ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕХАНИКИ



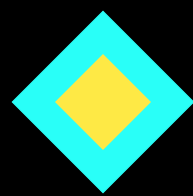
УПРАВЛЯЕМОСТЬ



ВОВЛЕЧЕННОСТЬ АУДИТОРИИ



КАЧЕСТВЕННОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ



СПАСИБО!

