Strategia Gamification  
  
Una delle strategie è la classica del programma fedeltà. Si può strutturare come quella del DEOROD Club che ho già presentato in passato. Immagine che contiene testo, schermata, Sito Web, software

Descrizione generata automaticamente  
Questo invoglierà i prospect ad iscriversi al programma così fornendo il proprio contatto e diventando lead.   
Questa strategia va benissimo anche per aumentare il CLTV, è ottima in tutte le fasi, anche perché è un piano a lungo termine considerando i referral e i benefits.  
  
Lo sviluppo di una community è senz’altro importante e può essere utilizzato per condividere pareri, feedback e confrontarsi col resto della community. Sicuramente è più facile “gamificare” in ambiti sportivi, in cui magari gli utenti anche senza scopi economici, condividono i propri risultati.   
  
I concorsi possono essere un ottima soluzione, in quanto le persone cercano di vincere qualcosa e forniscono volontariamente i loro dati.   
  
Dei quiz con domande attinenti ai prodotti o servizi offerti dall’azienda potrebbero essere una buona idea. Ad esempio ottenendo il 100% di risultati si potrebbero fornire dei coupon.