

Echipa 1 – Be-Eco - aplicație de educație ecologică

- a. Aplicația va funcționa pe bază de concursuri de acțiuni eco între utilizatori. Concursurile pot fi private (pot participa doar membrii unei firme, organizații etc) sau publice (poate participa oricine).
- b. Acțiunile eco trebuie să poată fi demonstrate. Utilizatorii pot încărca poze sau filmulețe care să demonstreze că au realizat acțiunea și au opțiune de a face publică respectiva dovadă cu numărul de puncte obținute asociat (dar trebuie să căutați și alte multe metode de a demonstra că ai făcut o acțiune eco, care să nu fie doar încărcare de imagini).
- c. Concursurile se desfășoară într-o anumită perioadă și au premii oferite de sponsori.
- d. Participările la cât mai multe concursuri se premiază separat prin acumularea totală de puncte într-o perioadă mai lungă (trimestru, semestru, an etc)

Echipa 2 – Platformă de învățare pentru BAC

- a. Alegerea unui anumit model de business și de livrare a scopului – există foarte multe variante, ar trebui aleasă una cu impact mare și efort mic, adaptată contextului în care se desfășoară proiectul
- b. Conținutul de calitate este costisitor – de văzut de unde poate fi luat conținut, alegerea unei variante cu conținut mai puțin sau care e oferit pe bani
- c. Alegerea unor metode relevante de gamification, în funcție de scop și de modelul de business ales

Echipa 3 – RentAdvisor – Ghidul tău de încredere pentru închirieri

- a. Utilizatorii pot adăuga recenzii despre apartamente scoase la închiriere, cu check-in care să demonstreze că au fost acolo. Recenziile sunt evaluate ca utile sau nu de către ceilalți utilizatori. Un utilizator acumulează puncte cu cât adăugă mai multe recenzii (la apartamente diferite), dar și cu cât recenziile sale sunt evaluate ca utile de cât mai mulți alți utilizatori.
- b. Utilizatorii care acumulează mai multe puncte pot deveni moderatori, iar recenziile lor sunt promovate mai bine în aplicație.
- c. Utilizatorii pot fi contactați prin aplicație de proprietari sau firme imobiliare pentru a face recenzii. Recenziile plătite vor fi marcate ca atare în aplicație.

Echipa 4 – Platformă pentru fidelizarea clienților dintr-o sală de fitness

- a. Interesul managerului de sală este ocuparea cât mai bună a sălii, inclusiv a sloturilor nepopulare (sau a antrenorilor nepopulari)
- b. Interesul clienților este să se țină de un program
- c. Self-gamification: clienții își fac singuri sau își aleg un anumit model de antrenament, cu constrângeri de alcătuire din partea sălii, și dacă îl respectă sunt bonificați de sală (tehnici de self-gamification: <https://www.oxford-royale.com/articles/7-ways-gamify-studies/>)

Echipa 5 – Platformă de învățare a programării

- a. Roluri: Rezolvitor, Expert, Admin. Rezolvitorii primesc puncte sau badgeuri (după un anumit algoritm) pentru rezolvarea problemelor. Expertii pot fi desemnați de Admin sau pot primi automat acest rol după ce acumulează un număr de puncte sau de badgeuri
- b. Gradul de dificultate al unei probleme este calculat automat în funcție de câși utilizatori reușesc să o rezolve (algoritm de calcul)
- c. Self-gamification: Rezolvitorii își fac singuri sau își aleg un anumit model de învățare, cu constrângeri de alcătuire din partea platformei, și dacă îl respectă sunt bonificați cu o ședință online 1 la 1 cu un Expert (tehnici de self-gamification: <https://www.oxford-royale.com/articles/7-ways-gamify-studies/>)

Echipa 6 – Aplicație web pentru social bookmarking

- a. “Pinterest” gamificat
- b. Postările vor fi afișate în primele pagini ale funcției de explorare proporțional cu numărul de voturi pe care le primesc de la utilizatori
- c. Prin extensie, o regulă similară se poate aplica și postărilor noi ale creatorilor – vor fi afișate în primele pagini ale funcției de explorare proporțional cu numărul total de voturi primite de creator la postările sale

Echipa 7 – Platformă școlară

- a. Trebuie clarificat scopul și aria de acoperire a aplicației – Este platformă de învățare sau de management al învățării?
- b. Dacă accentul este pe învățare, pentru ce disciplină și cum pot fi obținute conținuturile de învățare?
- c. Care este scopul învățării?

Echipa 8 – Platformă pentru magazin de cosmetice

- a. Pe lângă reducerile de bază sub formă de vouchere sau puncte acumulate care pot fi convertite în vouchere sau produse, trebuie investigate tehnici de gamification adaptate intereselor utilizatorilor care cumpără produse de cosmetică
- b. Concursuri periodice de tip tombolă sau Roata norocului, la care pot participa clienți care au cumpărat deja produse (eventual dintr-o anumită gamă), iar premiul(-iile) constă(-au) într-o ședință de cosmetică cu un specialist din domeniu
- c. Alte metode specifice de gamification? Al 3-lea rol în aplicație (pe lângă admin și cumpărător)?

Echipa 9 – Librărie online

- a. Evenimente / concursuri pentru clienți referitoare la cărțile cumpărate sau pentru public având ca scop atragerea de clienți noi
- b. Idei de concursuri: recenzii sau quiz-uri pe marginea unei cărți sau a unui autor
- c. Premii în cărți sau vouchere de reducere la cărți

Echipa 10 – Platformă de citit cărți online

- a. Cărțile sunt grupate pe domenii, iar cititorii acumulează puncte pe domenii, în funcție de cărțile citite din fiecare domeniu. Punctele pe care le câștigi citind o carte depinde de gradul de dificultate al cărții (configurat la adăugarea ei pe site), dar și de numărul de utilizatori care au citit și/sau apreciat cartea.
- b. Pe de-o parte, aceste puncte pot fi folosite pentru a motiva utilizatorii să citească cât mai mult pentru a învăța cât mai mult dintr-un domeniu și în acest sens, profilului autodidact al utilizatorilor care fac asta li se potrivesc foarte bine tehnici de self-gamification (<https://www.oxford-royale.com/articles/7-ways-gamify-studies/>)
- c. Pe de altă parte, aceste puncte pot fi convertite (de ex. când un utilizator atinge un anumit nivel într-un anumit interval de timp care poate fi și de-o lună – gen concurs ad-hoc – dar și de 6-12 luni) în diverse beneficii concrete care să aibă legătură cu interesul lui în aplicație

Echipa 11 – Aplicație site piese auto

- a. Tehnici de gamification adaptate pentru cele 2 categorii de cumpărători (persoane fizice și service-uri)
- b. Pentru persoane fizice, premii în accesorii auto
- c. Pentru service-uri, reduceri la volumul și/sau frecvența achizițiilor

Echipa 12 – Aplicație de rețete culinare

- a. Utilizatorii încarcă rețete, în format text+imagine sau video, care sunt apreciate de ceilalți utilizatori
- b. Platforma rulează reclame pentru produse de gătit în paginile rețetelor, plătite de producători sau magazine de profil – reclamele pot fi rulate proporțional cu numărul de aprecieri al rețetei respective și, eventual, proprietarii rețetelor pot primi o compensație pentru fiecare reclamă accesată pe pagina unei rețete
- c. Platforma organizează concursuri lunare de implementat rețete, la care utilizatorii se filmează cum le gătesc, iar premiile pot fi în produse de profil (sponsorizate de producători sau magazine) sau în ședințe cu chefi etc

Echipa 13 – Social Coding Platform

- a. Utilizatorii acumulează puncte / badgeuri pe anumite domenii /skiluri în funcție de utilitatea răspunsurilor pe care le dau la întrebările altor utilizatori
- b. Aplicația folosește un sistem de crowdsourced content/ranking moderation în ceea ce privește încadrarea corectă a întrebărilor și utilizarea răspunsurilor
- c. Firmele sau alți utilizatori caută consultanți sau coechipieri cu anumite skiluri pe anumite domenii, iar aplicația le oferă o listă de utilizatori ordonați după un scor pe care îl calculează din punctele / badgeurile pe care aceștia le au pe skilurile / domeniile căutate

Echipa 14 – Aplicație de învățare a limbilor străine

- a. De unde luați conținuturile de învățare, legal?
- b. Cum structurați task-urile de învățare pe niveluri?
- c. Cum vă diferențiați de aplicațiile existente (Duolingo, dar și cele open-source)? Idee: self-gamification (<https://www.oxford-royale.com/articles/7-ways-gamify-studies/>)

Echipa 15 – Platformă de învățare a geografiei

- a. Aplicația separată pe două niveluri: începători (utilizatori care vin din curiozitate sau care vor să învețe pentru școală) și avansați (pasionați de geografie)
- b. Intereserele și comportamentul celor 2 categorii de utilizatori sunt complet diferite (începătorii vor să învețe exact ce au nevoie și pot fi atrași prin livrarea strict a conținutului de care au nevoie ca să obțină o notă bună, pasionații pot fi atrași prin conținut cât mai diversificat și premii în excursii în locuri exotice) și trebuie tratate diferit de aplicație – mai ales în ceea ce înseamnă gamification
- c. Generarea conținutului, în special grafic, poate fi dificilă – idee: limitarea la un anumit tip de conținut pentru această versiune a aplicației

Echipa 16 – Gestionarea rezervărilor la restaurant

- a. Scenariu de bază: cont, rezervare, masă, meniu, comandă, recenzie
- b. Scopul la nivel de restaurant: atragerea de clienți noi (prin recenzii), stimularea consumului (consum mai mare/mai mulți invitați -> reduceri viitoare), fidelizarea (mai multe vizite -> reduceri viitoare/vouchere etc)
- c. Alegerea unor metode relevante de gamification conform scopului aplicației și a scenariilor alese

Echipa 17 – Platformă de e-learning cu conținut generat de utilizatori

- a. Materialele de învățare puse în platformă să nu fie la liber, ci să poată fi accesate pe baza unor credite. Fiecare utilizator nou primește un număr inițial de credite cu care poate accesa materiale și poate obține alte credite pe care să le folosească în acest scop fie punând la rândul lui materiale în platformă (un utilizator primește credite ori de câte ori alt utilizator accesează un material urcat de el, iar numărul de credite primite pentru un material accesat depinde de ratingul acelui material calculat în funcție de câți utilizatori l-au accesat și/sau apreciat), fie cumpărându-le. Există și alte platforme care funcționează aproximativ așa (vezi <https://ro.scribd.com/>)
- b. Pornind de la ideile voastre și de la cea de mai sus, trebuie să adăugați și metode prin care puteți răsplăti utilizatorii care folosesc mai des și mai mult platforma

Echipa 18 – Aplicație de organizare și planificare a taskurilor în familie

- a. Gestiunea task-urilor dintr-o familie
- b. Aspectul și interacțiunea cu aplicația trebuie să aibă un aer familial, colocvial, nu rece ca a unei aplicații profesionale de task management
- c. Împărțirea taskurilor între membrii familiei, provocări-recompense, bartere

Echipa 19 – Daily Budget Tracker with Savings Challenges

- a. Care ar fi al 3-lea rol, pe lângă utilizatori obișnuiți și admin?
- b. Utilizatorii încarcă sumarul cheltuielilor (descărcat din propria aplicație bancară), iar aplicația le spune pe ce cheltuiesc prea mult
- c. Self-gamification: Self-gamification: Utilizatorii își aleg un anumit model de economisire, dintre cele propuse de aplicație, care li se potrivește mai bine, dar se și poate adapta ameliorării obiceiurilor lor de cheltuire și dacă îl respectă sunt bonificați (cu ce?) - tehnici de self-gamification: <https://www.oxford-royale.com/articles/7-ways-gamify-studies/>

Echipa 20 – Aplicație web pentru asociații caritabile

- a. Aplicație de tip Community Builder – își propune să aducă mai aproape voluntarii de cauzele promovate de asociațiile caritabile
- b. Nu acoperă partea de desfășurare propriu-zisă a proiectelor asociațiilor
- c. Provocarea constă în alegerea unor metode relevante de gamification

Echipa 21 – Aplicație de învățare a limbilor străine

- a. De unde luați conținuturile de învățare, legal?
- b. Cum structurați task-urile de învățare pe niveluri?
- c. Cum vă diferențiați de aplicațiile existente (Duolingo, dar și cele open-source)? Idee: self-gamification (<https://www.oxford-royale.com/articles/7-ways-gamify-studies/>)

Echipa 22 - "Unde facem Revelionul?"

- a. Furnizorii de servicii vin cu oferte proporționale cu interesul lor de a vinde la grupuri cât mai mari și cât mai din timp
- b. Inițiatorii de grupuri se bat pe aceste oferte, scopul lor este să strângă cât mai repede grupuri cât mai mari formate din cunoscuți și/sau necunoscuți pe care să le pună de acord asupra unor oferte
- c. Inițiatorii care reușesc să facă asta cât mai bine vor fi recompensați pe viitor cu reduceri suplimentare

Echipa 23 - "Progresul în lectură"

- a. Utilizatorii pot citi cărți în același timp, pot să își anunțe progresul și pot interacționa între ei prin comentarii / recenzii pe marginea cărții pe care o citesc; pe lângă remarcile publice, pot avea și notițe private
- b. Platforma propune concursuri de quiz-uri pe marginea unei cărți (eventual întrebările să fie generate automat de un LLM), cu premii în cărți (cine le oferă, cum pot fi implicate editurile?)
- c. Alte metode relevante de gamification (eventual concursuri de recenzii?)

Echipa 24 – Platformă de onboarding interactiv

- a. Aplicații similare? Context alternativ: onboardingul studenților de anul I
- b. Roluri din companie implicate în activitățile de onboarding: ghid și voluntar
- c. Pe lângă participarea la aceste activități, angajații noi ce câștigă, de fapt? => premii (concrete) pentru cei care câștigă joculețele

Echipa 25 – Aplicație muzică, evenimente și competiții

- a. Cerințe colectate de la prieteni. Care ar fi al 3-lea rol în aplicație, pe lângă utilizator obișnuit și admin?
- b. Utilizatorii ascultă melodii, iar cei mai fideli (cum se determină fidelitatea?) primesc ca bonus playlist-uri generate de platformă cu ceea ce au ascultat mai mult.
- c. Platforma organizează evenimente la care utilizatorii pot asculta simultan aceleași melodii și pot interacționa prin mesaje și emoticoane pe fire de discuție publice (emoticoane mai șmechere pentru utilizatorii mai activi)
- d. Alte unor metode relevante de gamification. Cum ar arăta un concurs mare (lunar?) la care câștigătorii primesc premii precum bilete la concerte?