



ΑΛΛΗΛΕΠΙΔΡΑΣΗ ΑΝΘΡΩΠΟΥ-ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΗ

ΜΑΘΗΜΑ 8^ο
Παιχνιδοποίηση
(Gamification)

Παναγιώτης Τσανάκας
Γιώργος Σιόλας
Μάριος Κόνιαρης

7ο ΕΞΑΜΗΝΟ ΣΧΟΛΗΣ ΗΜΜΥ, ΡΟΗ Υ

Παιχνιδοποίηση

**Χρήση στοιχείων σχεδίασης παιχνιδιών και αρχών παιχνιδιών
σε περιβάλλοντα εκτός παιχνιδιού,
με σκοπό: την προσέλκυση χρηστών
και την αλλαγή της συμπεριφοράς τους.**

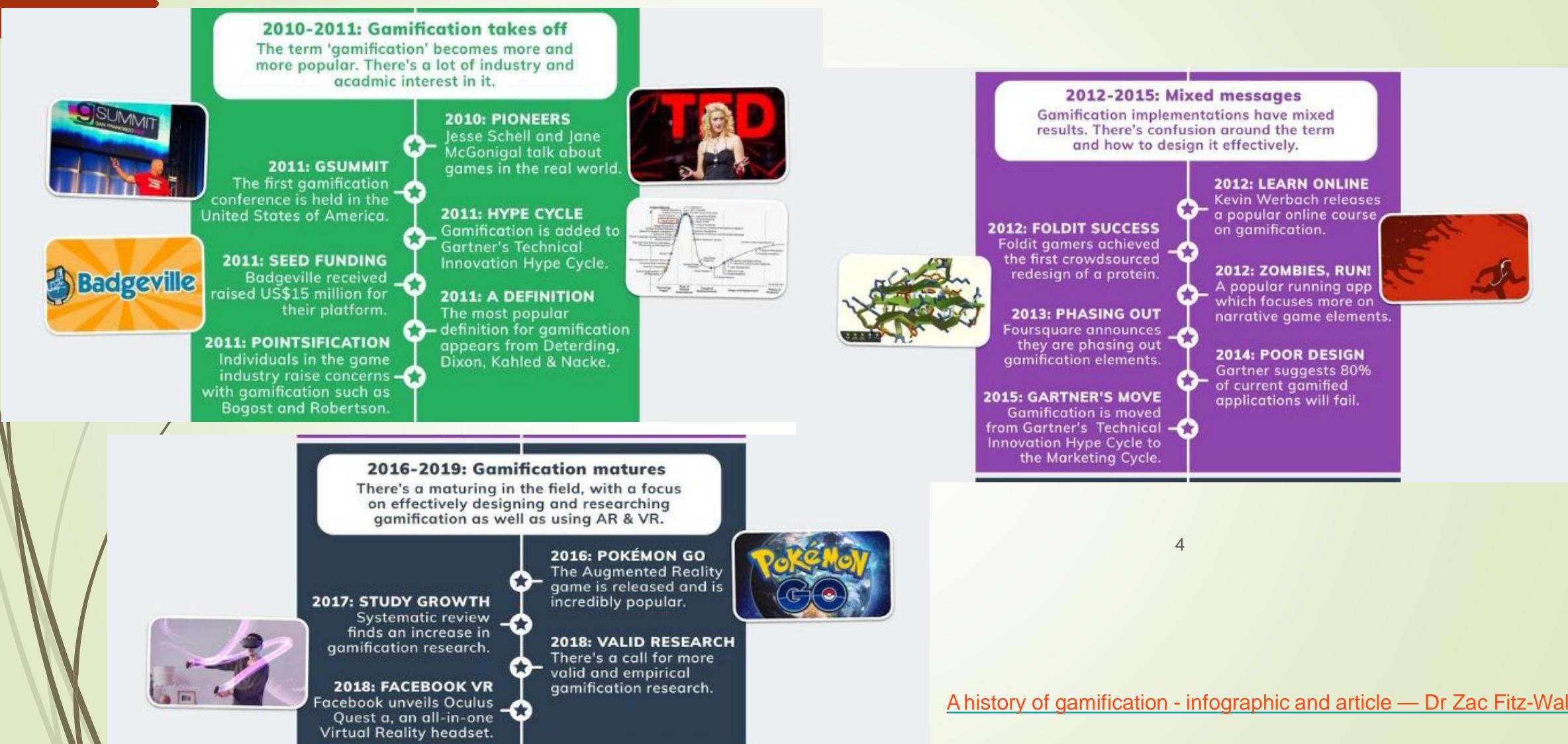
Εφαρμογή σε ιστότοπο →

**Ενθάρρυνση των χρηστών να συμμετάσχουν σε συγκεκριμένες
συμπεριφορές που αυξάνουν τη χρήση του ιστότοπου**

Ιστορία της παιχνιδοποίησης



Ιστορία της παιχνιδοποίησης



4

[A history of gamification - infographic and article — Dr Zac Fitz-Walter](#)

Γιατί να χρησιμοποιήσουμε την παιχνιδοποίηση

Συμπεριλαμβάνοντας έννοιες **παιχνιδιού**, οι άνθρωποι κάνουν πράγματα που **δεν** θα ήθελαν να κάνουν.

- Λειτουργεί, επειδή **πυροδοτεί** πραγματικά, ισχυρά ανθρώπινα συναισθήματα όπως ο **ενθουσιασμός**, δημιουργώντας θετικές **εμπειρίες** χρήστη.
- Και η θετική εμπειρία χρήστη, οδηγεί σε μεγαλύτερη **αφοσίωση**, και η αφοσίωση... σε υψηλότερες **πωλήσεις**.



4 κύριες παρορμήσεις που καθοδηγούν τη συμπεριφορά στο Διαδίκτυο

- **Συνεργασία:** Περιβάλλουμε τον εαυτό μας με ανθρώπους και πράγματα που μας κάνουν ευτυχισμένους και μας καθορίζουν.
 - Αυτός είναι ο λόγος που επιστρέφουμε στον ίδιο ιστότοπο ξανά και ξανά. Γιατί έχουμε “σχέση” μαζί τους.
- **Κατάσταση:** Έχουμε μια βαθιά ανάγκη να επιτύχουμε μια καλύτερη θέση, κοινωνική, επαγγελματική ή προσωπική κατάσταση.
 - Το Facebook αξιοποίησε αυτό επιτρέποντάς μας να δείξουμε τα επιτεύγματά μας και να μετρήσει τη δημοτικότητά μας.
- **Ευτυχία:** Ότι κάνουμε έχει να κάνει με την επιδίωξη της ευτυχίας.
 - Η καλύτερη σχεδίαση UX μας ανταμείβει με ευχάριστα συναισθήματα σε κάθε βήμα.
- **Περιέργεια:** Θέλουμε πάντα να μαθαίνουμε περισσότερα

Ψυχολογία και Παιχνιδοποίηση: Εγγενή κίνητρα

Περιλαμβάνουν σχέσεις όπως:

- ο ανταγωνισμός, η **συνεργασία** και η αίσθηση της **κοινότητας**,
- το αίσθημα **ολοκλήρωσης** μέσα από την **πρόοδο**, τα **επιτεύγματα** και τη **συλλογή**,
- η **ενδυνάμωση** μέσω της **αυτονομίας** και της **ανατροφοδότησης**,
- το **απρόβλεπτο** μέσω της **έκπληξης**, της **Έξερεύνησης** και της **σπανιότητας**,
- οι περιορισμοί μέσω της **σπανιότητας**, της **απώλειας** και της **αποφυγής**.

Ψυχολογία και Παιχνιδοποίηση: Τεχνικές

1. Δώστε τον έλεγχο στον χρήστη

- Η **καθοδήγηση** ενός χρήστη προς τον στόχο είναι μέρος της διαδρομής του.
 - Στους ανθρώπους **δεν** αρέσει να τους αναγκάζουν ή να τους σέρνουν στον προορισμό, αλλά τους αρέσει να είναι οι **κύριοι της μοίρας** τους.
- Φροντίστε να φαίνεται ότι βρίσκονται στη θέση του οδηγού
- Αυτός είναι ο **πυρήνας** της παιχνιδοποίησης
 - Udemy: το gamified σύστημα δίνει στο χρήστη τον έλεγχο ανά πάσα στιγμή (π.χ. Ο ίδιος επιλέγει τις διαλέξεις)
 - Είναι σαν ένα βιβλίο "διάλεξε μόνος σου πώς θα συνεχίσει η περιπέτεια" ή είναι όπως η επιλογή επιπέδου σε ένα παιχνίδι

Ψυχολογία και Παιχνιδοποίηση: Τεχνικές

Crate&Barrel Checkout

1. Shipping

◀ Back to sign in

2. Payment

3. Review & Place Order

2. Χάρτες

- Μας βοηθούν να γνωρίζουμε πού βρισκόμαστε και που πάμε
 - Μας αρέσει να γνωρίζουμε πού βρισκόμαστε σε μια διαδικασία.
- Διαφορετικά, θα είμαστε στο σκοτάδι και έτσι θα είμαστε πιο επιφυλακτικοί.

Μια γραμμή προόδου λειτουργεί σαν χάρτης για τους χρήστες.

- Ξέρουν πού βρίσκονται στη διαδικασία.
- Ξέρουν πόσο μακριά πρέπει να φτάσουν.
→ Εάν μπορούμε να συμπεριλάβουμε **ορόσημα** επιτευγμάτων στην πορεία, ακόμα καλύτερα.

Ψυχολογία και Παιχνιδοποίηση:Τεχνικές

3. Ενίσχυση της καλής συμπεριφοράς

- Όταν ολοκληρώσετε ένα επίπεδο, π.χ. σε ένα e-course, λαμβάνετε μια **ανταμοιβή** - για παράδειγμα ένα νέο χαρακτήρα ή ένα power-up. Οπότε το κάνεις ξανά και ξανά.
- Ενισχύει μια **συνήθεια** ή **συμπεριφορά**.
π.χ. Το Facebook ενσωματώνει την ενίσχυση καλής συμπεριφοράς με  Like.
 - Όταν δημοσιεύετε μια κατάσταση ή μια φωτογραφία, ανταμείβεστε με likes.
 - Το like είναι μια ψυχολογική επιβράβευση από το Facebook.



Ψυχολογία και Παιχνιδοποίηση: Τεχνικές

4. Αίσθηση επιτευγμάτων

- Το **επίτευγμα** είναι ένας από τους πιο ισχυρούς ψυχολογικούς κινητήριους παράγοντες της ανθρώπινης συμπεριφοράς.
 - Εάν κάποιος βρίσκεται στον ιστότοπό σας ή χρησιμοποιεί την εφαρμογή σας, προσπαθεί να πετύχει κάτι.

Για παράδειγμα, εκμάθηση κώδικα ή ενίσχυση της φυσικής του κατάστασης.

- Εάν μπορείτε να κάνετε τον χρήστη σας να νιώσει ότι πέτυχε κάτι, θα **επιστρέψει**.

Είναι σημαντικό, όταν ένας χρήστης ολοκληρώνει μια εργασία, να δημιουργείται ένα **ορόσημο** και να προκαλείται η αίσθηση ολοκλήρωσης ενός επιπέδου.

- Δημιουργήστε αυτήν την αίσθηση **επιτυχίας** σε τακτά χρονικά διαστήματα.
- To Duolingo ενημερώνει τακτικά με ένα ποσοστό ευχέρειας

Ψυχολογία και Παιχνιδοποίηση: Τεχνικές

5. Μας αρέσει να βάζουμε στόχους και να ανταγωνιζόμαστε τον εαυτό μας

- Οι άνθρωποι είναι ανταγωνιστικοί από τη φύση τους.
- Χρησιμοποιώντας «προσωπικά καλύτερα» και «προηγούμενα αρχεία», μπορείτε να πείσετε τους χρήστες σας να επιστρέψουν και να δοκιμάσουν ξανά.
- Εμφανίζοντας συνεχώς τα στατιστικά της προηγούμενης εβδομάδας (και την πρόοδο των χρηστών σε σχέση με τους καθορισμένους στόχους), οι χρήστες αναγκάζονται να τα ξεπεράσουν την επόμενη φορά.
→ Απλό, αλλά αποτελεσματικό.



Ψυχολογία και Παιχνιδοποίηση: Τεχνικές

6. Ανταγωνισμός με άλλους!

Όλα τα κοινωνικά δίκτυα ευδοκιμούν στην ιδέα του ανταγωνισμού παιχνιδιών:

- Ποιος μπορεί να πάρει περισσότερα likes;
- Ποιος μπορεί να αποκτήσει περισσότερους ακολούθους, περισσότερες καρφίτσες, περισσότερες καρδιές.

Όλα είναι ένα μεγάλο παιχνίδι Ανοιχτός αγωνιστικός χώρος.

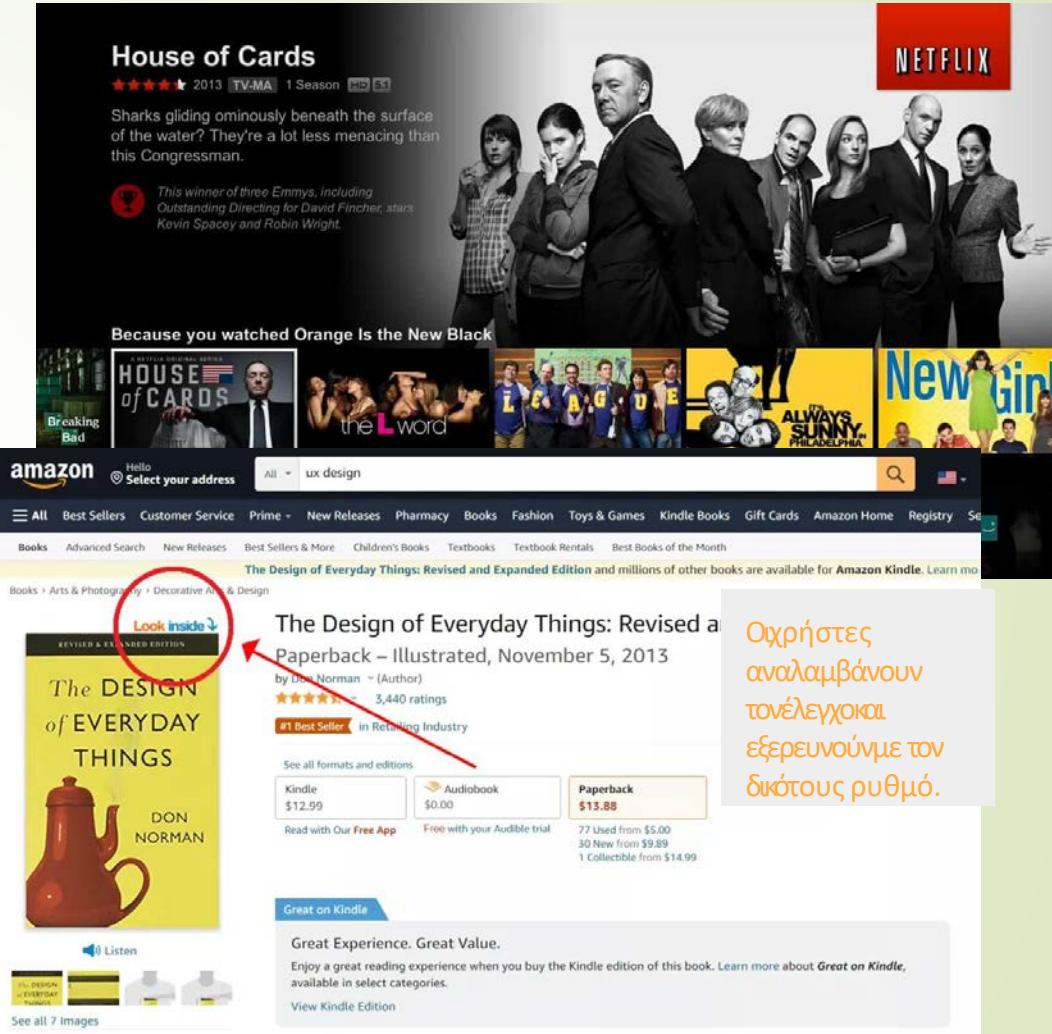
Predicted	Points
Exact score	0
Correct result	30
Total	30

→ Οποιοσδήποτε ιστότοπος ή εφαρμογή χρησιμοποιεί **πίνακες κατάταξης** και **κορυφαίες βαθμολογίες** ενεργοποιεί αμέσως το φυσικό ένστικτο του ανταγωνισμού!¹³

Ψυχολογία και Gamification: Τεχνικές

7. Εξερεύνηση και απόδραση

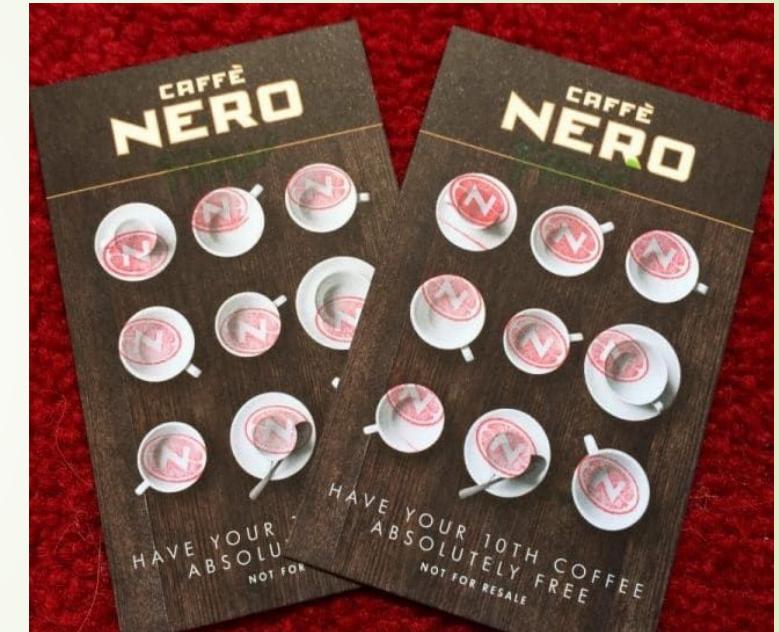
- Όταν δίνουμε στους χρήστες την ελευθερία να εξερευνήσουν, δημιουργεί **ίντριγκα** και **ενθουσιασμό**. Δύο πολύ δυνατά συναισθήματα ... και μια θετική εμπειρία χρήστη.
- Η **εξερεύνηση** πρέπει να είναι προσεκτικά δομημένη, ώστε οι χρήστες να μην χαθούν.
 - Να αφήνουμε τους ανθρώπους να ανακαλύψουν ό,τι τροφοδοτεί την αίσθηση της περιέργειάς τους.



Ψυχολογία και Παιχνιδοποίηση: Τεχνικές

8. Ανταμοιβές

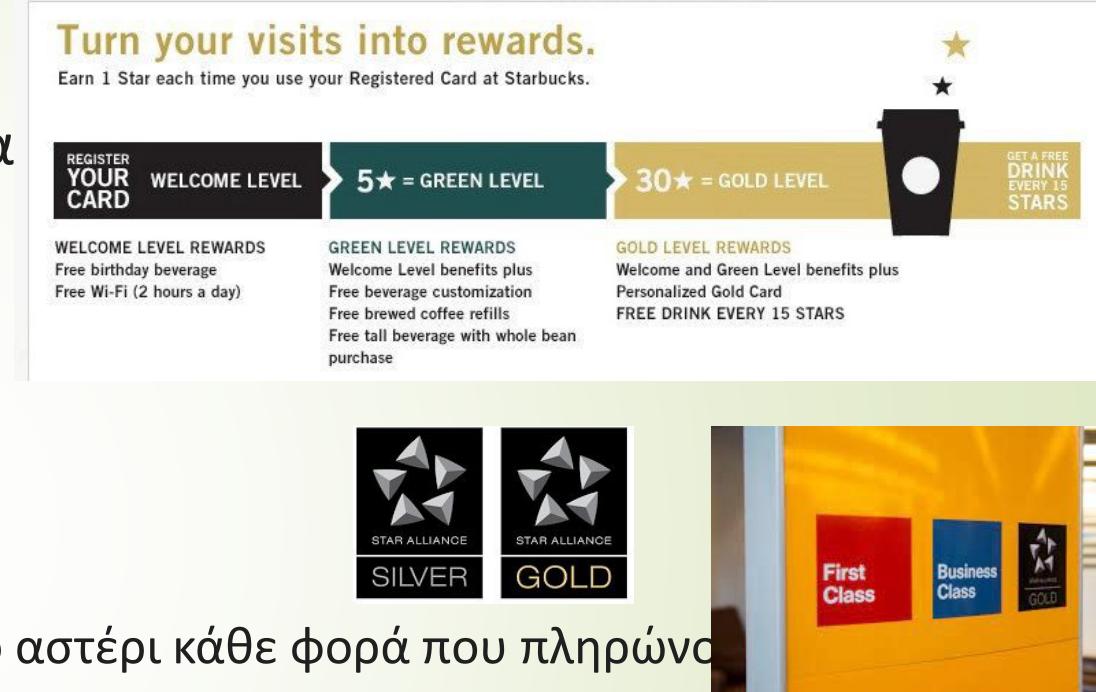
- Όλοι αγαπούν τις ανταμοιβές.
 - Οι περισσότεροι άνθρωποι θα κάνουν τα πάντα για να πάρουν στα χέρια τους μια ανταμοιβή.
 - Κλασικό παράδειγμα → η σφραγίδα του καφέ
- Οι ανταμοιβές οδηγούν τη δράση.



Ψυχολογία και Παιχνιδοποίηση: Τεχνικές

9. Αποκλειστικότητα

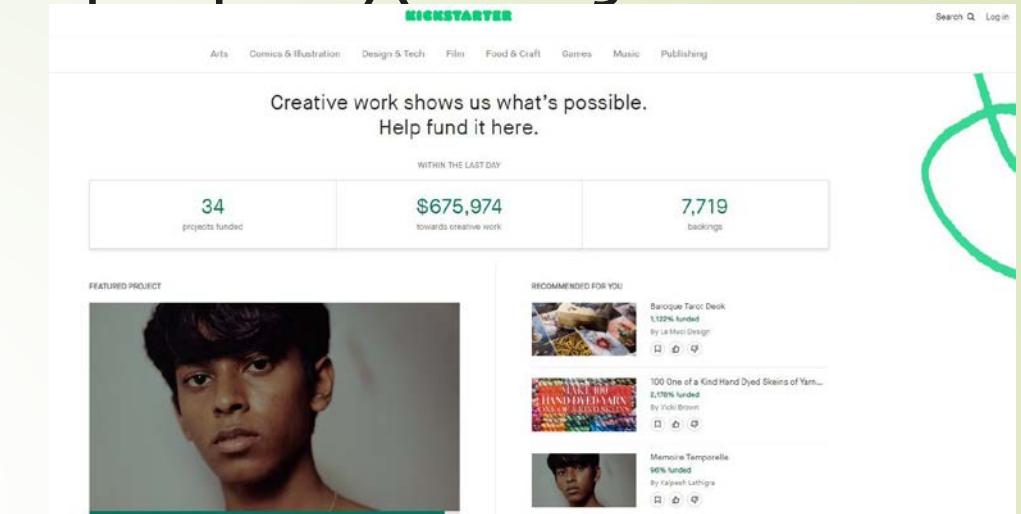
- Πολλοί άνθρωποι θα κάνουν σχεδόν τα πάντα για την αποκλειστικότητα!
- Δημιουργεί ίντριγκα, ζήλια και περιέργεια.
- Τα Starbucks επινόησαν επιτυχημένα προγράμματα ανταμοιβής και αφοσίωσης σε παιχνίδια.
 - Στο «My Starbucks Rewards», οι χρήστες παίρνουν χρυσό αστέρι κάθε φορά που πληρώνουν χρησιμοποιώντας την εφαρμογή για κινητά.
 - Όταν φτάσουν στα 30 αστέρια, ξεκλειδώνει η «χρυσή» συνδρομή και λαμβάνουν μια χρυσή κάρτα.
 - Έξυπνη κίνηση παιχνιδιού για τη δημιουργία αποκλειστικότητας και υψηλού status.



Ψυχολογία και Παιχνιδοποίηση: Τεχνικές

10. Ομαδική εργασία και συνεργασία

- Βασικός ψυχολογικός παράγοντας είναι η **κοινότητα** και η **συνεργασία**.
- Είμαστε κοινωνικά όντα, γι' αυτό μας αρέσουν τα παιχνίδια πολλών παικτών κάτι που μεταφράζεται καλά σε gamification.
- → Εάν μπορείτε να κάνετε τους χρήστες να αισθάνονται μέρος μιας ομάδας ή μιας κοινότητας στο ταξίδι τους, θα δημιουργήσετε αφοσίωση και θετική εμπειρία χρήστη.



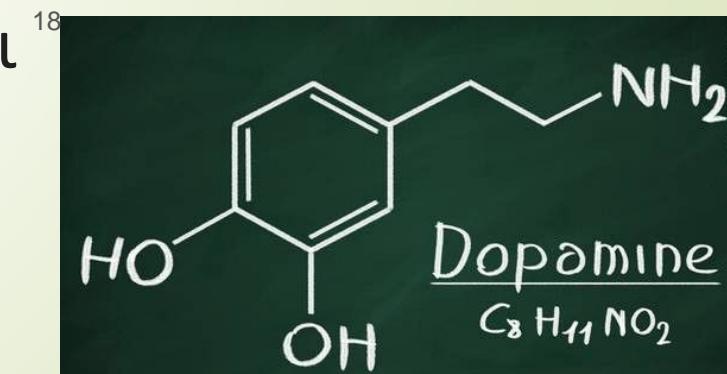
To Kickstarter είναι ένας gamified ιστότοπος.

- Αλλά είναι το πνεύμα της κοινότητας και της συνεργασίας τους που σηματοδοτεί την επιτυχία του.
- Όταν ένα έργο επιτύχει τον στόχο χρηματοδότησής του, είναι σαν ένα κοινό επίτευγμα.

Ψυχολογία και Gamification: Τεχνικές

11. Ντοπαμίνη και εθισμός

- Η παιχνιδοποίηση πυροδοτεί μια έκρηξη ντοπαμίνης.
 - Όταν ανεβείτε επίπεδο, μπορεί να κερδίσετε μια ανταμοιβή, να λάβετε σχόλια ή να πετύχετε κάτι, που δίνουν αυτή τη **ντοπαμίνη** στον εγκέφαλο. μικρή έκρηξη
 - Είναι το μυαλό που σου λέει να το ξανακάνεις, γιατί νιώθεις ωραία ... και τότε είναι που αρχίζει ο **εθισμός**.



Ψυχολογία και χρήστες

Ο πιο γρήγορος τρόπος για να κερδίσουμε την εμπιστοσύνη είναι η **ενσυναίσθηση**

- Δείξτε στους χρήστες σας ότι κατανοείτε τον κόσμο τους,
- Προσκαλέστε τους να επισκεφθούν την εφαρμογή σας.
- Δεν ξεχνάμε: Οι χρήστες αναζητούν **συνεργασία**.
 - Το κάνουμε σχεδιάζοντας το UX σύμφωνα με την εικόνα του κοινού-στόχου
 - Ορίζοντας το **κοινό μας**, θα πρέπει να έχουμε μια καλή αίσθηση των δημογραφικών στοιχείων, των ενδιαφερόντων και των στόχων του.
- Είναι το πρώτο βήμα για την **εμπιστοσύνη** και¹⁹ τον **σεβασμό**.

Bartle's Taxonomy of Player Types

Κάθε τύπος παίκτη είχε διαφορετικό κίνητρο για να παίξει το παιχνίδι.



επιβάλλουν τη θέλησή τους στους άλλους παίκτες

θέλουν να συναντούν ανθρώπους

θέλουν να είναι οι καλύτεροι σε όλα

θέλουν να εξερευνήσουν τα όρια του παιχνιδιού

Bartle's Taxonomy of Player Types → Marczewski's Player and User Types

Επέκταση σε 8 τύπους,
από 4, βάσει άρρητης
(ενδογενούς) ή ρητής
(εξωγενούς)
συμπεριφοράς τους



Griefer: άτομο που παρενοχλεί ή προκαλεί σκόπιμα άλλους παίκτες ή μέλη για να τους χαλάσει την απόλαυση.

Marczewski's Player and User Types Hexad



Relatedness – Σχετικότητα

Autonomy - Αυτονομία

Mastery - Μαστρία

Purpose - Σκοπός

Marczewski's Player and User Types Hexad



<p>Free Spirit</p>  <p></p> <ul style="list-style-type: none"> Can I be creative? Can I find my own way? Is exploration encouraged and rewarded? What is there to find? 	<p>Socialiser</p>  <p></p> <ul style="list-style-type: none"> How can I connect to others? Can I play with friends? How can I collaborate? How will I be recognised by my peers? 	<p>Disruptor</p>  <p></p> <ul style="list-style-type: none"> What can I break? Who can I upset? What can I improve / change How can I be heard?
<p>Achiever</p>  <p></p> <ul style="list-style-type: none"> What will challenge me? How can I learn new skills? What will I have to show for at the end? How do I succeed? 	<p>Player</p>  <p></p> <ul style="list-style-type: none"> What's in it for me? How do I win? What's the easiest way? How do I need to behave to get what I want? 	<p>Philanthropist</p>  <p></p> <ul style="list-style-type: none"> How can I help others? How can I share with others? How can I improve the experiences of others?

Marczewski's Player and User Types Hexad

Το εξωγενές - εξωτερικό κίνητρο εμφανίζεται όταν παρακινούμαστε:

- να εκτελέσουμε μια συμπεριφορά
- να εμπλακούμε σε μια δραστηριότητα για να κερδίσουμε μια ανταμοιβή
- να αποφύγουμε την τιμωρία.

→ Οι εξωτερικές ανταμοιβές θα μπορούσαν να είναι χρήματα, θέση,
26 αναγνώριση.

Πρόβλημα: Οι εξωτερικές ανταμοιβές παρακινούν μόνο για μικρό χρονικό διάστημα.

Marczewski's Player and User Types Hexad

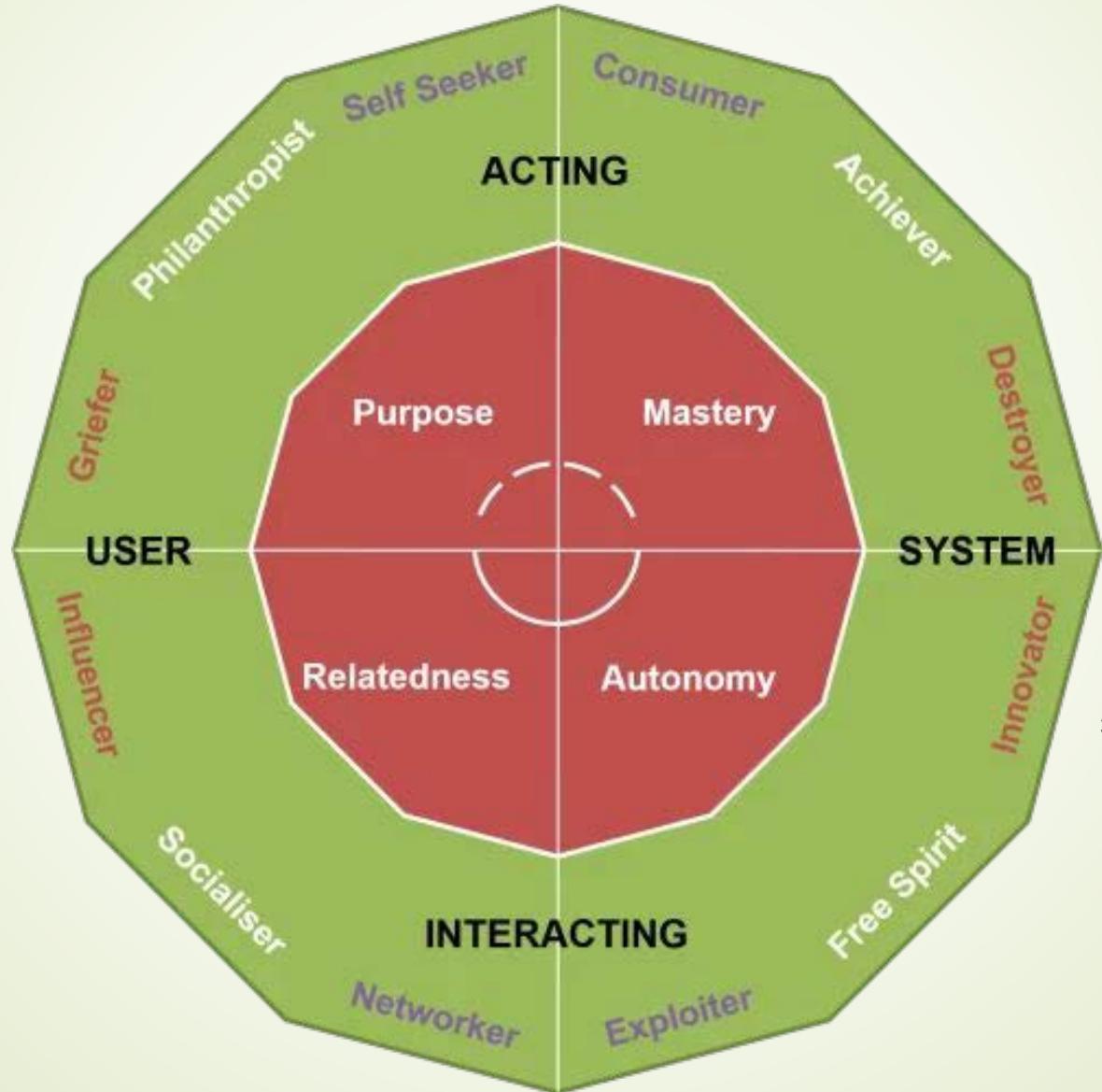
Το ενδογενές- εσωτερικό κίνητρο:

- έχει την προέλευσή του **μέσα** στο άτομο και κατευθύνεται από τις ανάγκες της **εξερεύνησης**, του **πειραματισμού**, της **περιέργειας** και του **χειρισμού**, που θεωρούνται ως κίνητρα για συμπεριφορά στον εαυτό τους
- Η πραγματοποίηση τής δραστηριότητας είναι **αυτοσκοπός**
- Επιτρέπει στο άτομο να αισθάνεται **αυτόνομο** και **ικανό** (ανάπτυξη υγιούς αυτοσεβασμού)

Marczewski's Player and User Types Hexad

- Η παιχνιδοποίηση ενισχύει τα **εγγενή** κίνητρα:
 - Ο χρήστης μιας gamified εφαρμογής δεν χρειάζεται εξωτερικές ανταμοιβές για να ασχοληθεί.
 - Ενώ ο χρήστης παίζει, αντικείμενα όπως ο Θρίαμβος, η κυριαρχία και η ικανότητα υπάρχουν **και** εκπορεύονται από εγγενή κίνητρα.

Marczewski's Player and User Types Hexad



Marczewski's Player and User Types Hexad

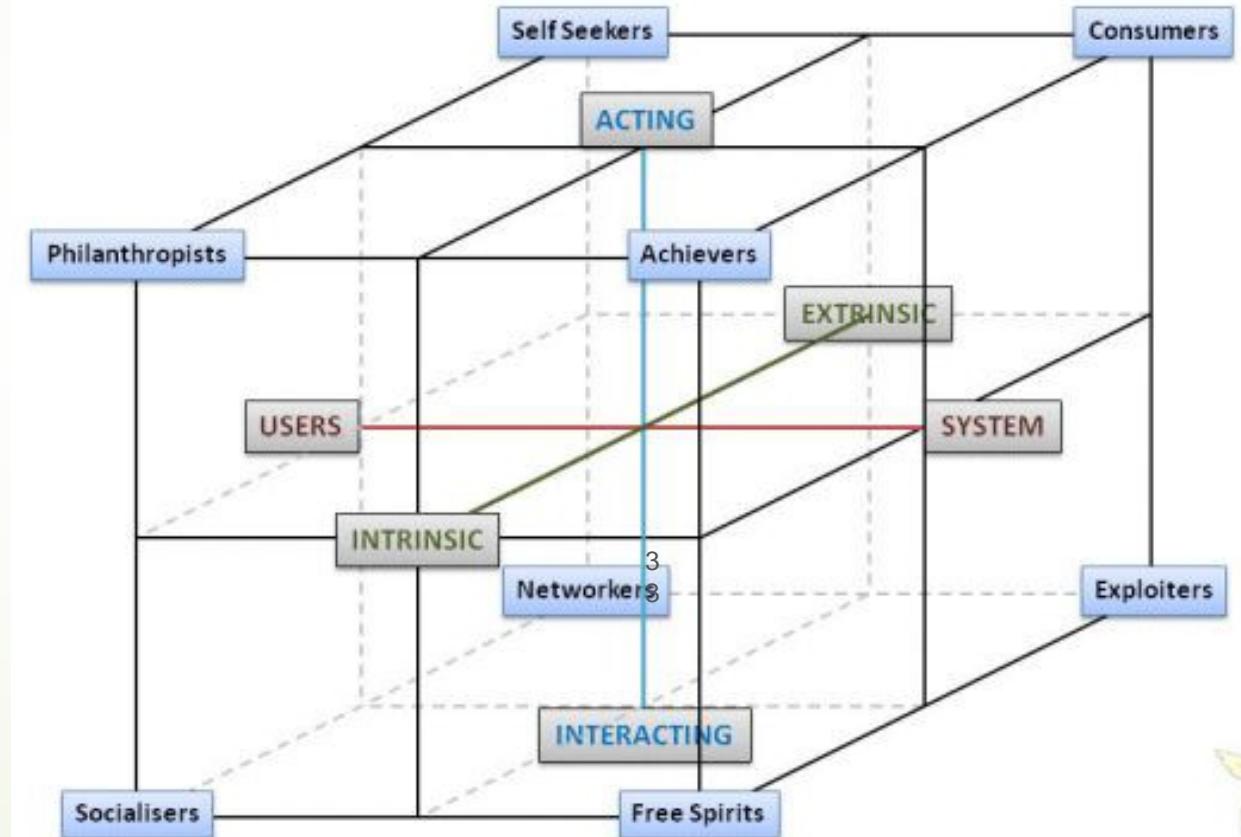


Marczewski's Player and User Types Hexad

The Player User Type Expanded



8 User Types of Gamification



Periodic Table of Gamification Elements

1 Rr Random Rewards	2 Fr Fixed Reward	3 Td Time Dependent
4 Ob On-boarding	5 Si Signposting	6 La Loss Aversion
7 I Investment	8 Pf Progress / Feedback	9 T Theme
12 Tp Time Pressure	13 S Scarcity	14 St Strategy
15 F Flow	16 Co Consequences	17 Gt Guilds / Teams
18 Sn Social Network	19 Ss Social Status	20 Sd Social Discovery
21 Sp Social Pressure	22 Cm Competition	
23 Ch Challenges	24 Ce Certificates	25 L Learning
26 Q Quests	27 Lp Levels / Progression	28 Bb Boss Battles
29 E Exploration	30 Bc Branching Choices	31 Ee Easter Eggs
32 U Unlockables	33 Ct Creativity Tools	
34 Cu Customisation	35 Ap Altruistic Purpose	36 Cg Care Taking
37 A Access	38 Cn Collection	39 Gs Gifting / Sharing
40 Ks Knowledge Share	41 P Points	42 Pr Prizes
43 Le Leaderboards	44 B Badges	
45 Ve Virtual Economy	46 Lo Lottery	47 Ip Innovation Platform
48 V Voting	49 Dt Development Tools	50 A Anonymity
51 Lt Light Touch	52 An Anarchy	

Reward Schedule

General

Socialiser

Achiever

Free Spirit

Philanthropist

Player

Disruptor



Μηχανισμοί παιχνιδοποίησης

Εργαλεία και τεχνικές που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τη δημιουργία μιας άκρως παρακινητικής εμπειρίας χρήστη

Η επιτυχής εφαρμογή των μηχανισμών παιχνιδοποίησης εξαρτάται από μια καλά σχεδιασμένη στρατηγική gamification που βασίζεται:

- στην καλή κατανόηση του **παίκτη**,
- στην καλή κατανόηση της **αποστολής** και
- στην καλή κατανόηση του **ανθρώπινου κινήτρου**.

Μηχανισμοί παιχνιδοποίησης

- Voting



- Follow



- Collect



-

THE BUSINESS OF GAMIFICATION

WHAT IS GAMIFICATION?



Gamification is the use of elements of game play in non-game contexts



It provides rewards and engagement for customers

HOW GAMIFICATION WORKS:

5 COMMON MECHANICS



POINTS

Measure a user's achievements in relation to others
Can double as currency to exchange for rewards



BADGES

Reward achievements visually



LEVELS

Encourage users to progress and unlock new rewards



LEADERBOARDS

Organise players by rank



CHALLENGES

Encourage engagement by offering specific tasks to complete

4 MAIN WAYS TO DRIVE ENGAGEMENT



ACCELERATED FEEDBACK CYCLES



CLEAR GOALS AND RULES OF PLAY



A COMPELLING NARRATIVE



CHALLENGING BUT ACHIEVABLE TASKS

Points

- Οι πόντοι είναι οι μονάδες μέτρησης στην παιχνιδοποίηση.
- Είναι ο τρόπος με τον οποίο το σύστημα μετράει τις ενέργειες του παίκτη που σχετίζονται με τις στοχευμένες συμπεριφορές στη συνολική στρατηγική παιχνιδιού.
- το Foursquare μετράει κάθε check in, το LinkedIn μετράει κάθε σύνδεση.
- Οι πόντοι παρέχουν άμεση ανατροφοδότηση στον παίκτη και ως εκ τούτου, αποτελούν τον κινητήριο μοχλό ανατροφοδότησης.
- Οι παίκτες μπορούν επίσης να παρακινηθούν από τη συλλογή πόντων, με σκοπό την αύξηση των πόντων τους

YOUR LINKEDIN NETWORK

1,043 Connections link you to 10,153,388+ professionals

29,316 New people in your Network since September 30

Add Connections

Carrier 10:25 AM

Close

OK! We've got you @ Gyu-Kaku. You've been here 1 time.

Points

Nice check-in! You earned:

- Welcome back to New York! You haven't been here in 10 days. +1
- Your first Korean Restaurant +1
- Wow, last time you saw Ted was at The Scratcher 3 months ago! +4

Leaderboard

With that last check-in, you're closing in on Mari!

#28	Mari S	40
#30	Matt Healy	38

Badges

- Όταν οι παίκτες συγκεντρώσουν συγκεκριμένο αριθμό πόντων, μπορεί να τους απονεμηθούν κονκάρδες.
- Παρέχουν θετική ενίσχυση για τη στοχευμένη συμπεριφορά.

→ π.χ.

- Το Foursquare απονέμει κονκάρδες όταν ο παίκτης έχει συγκεντρώσει αρκετά check-in.
- Το eBay βραβεύει με μια εικονική κορδέλα κορυφαίων πωλήσεων



Leaderboard

- Πίνακες κατάταξης φέρνουν την κοινωνική πτυχή των πόντων κατων κονκάρδων, με φθίνουσα σειρά
- Το πιθανό μειονέκτημα ενός leaderboard είναι ότι θα μπορούσε να αποθαρρύνει έναν νέο παίκτη.

Παραλλαγή Foursquare

- Η κατάταξη (σύνολο πόντων) περιορίζεται σε ένα σύνολο παικτών που βρίσκονται κοντά στον συνδεδεμένο παίκτη.
- Στόχος είναι να παρακινήσει τον παίκτη να ανταγωνιστεί παίκτες που βρίσκονται πιο κοντά του.
- Ένας βαθμολογικός πίνακας πολλαπλών καταστάσεων μπορεί να είναι διαφορετικός για κάθε παίκτη, καθώς περιορίζεται στο περιβάλλον του και δεν μεταφέρει μια συνολική κατάταξη όλων των παικτών.



Relationships

- Οι **σχέσεις** είναι μηχανισμοί που βασίζονται στο κίνητρο της **σύνδεσης**.
- Είμαστε **κοινωνικά** όντα. Οι σχέσεις έχουν ισχυρή επίδραση στο πώς νιώθουμε και τι κάνουμε.
 - π.χ. Ένα έμπιστο άτομο στο facebook θα έχει μεγαλύτερο αντίκτυπο στις καθημερινές επιλογές του από τα μέσα ενημέρωσης.
- Οι σχέσεις **μειώνουν το άγχος** στους ανθρώπους και αποτελούν θετικά κίνητρα.
 - π.χ. Οι **κοινότητες προγραμματιστών** αποτελούν καλό παράδειγμα ομάδας υποστήριξης για προγραμματιστές, όπου προσφέρουν και λαμβάνουν τεχνική βοήθεια.
- Η σχέση απευθύνεται στον **κινητήριο μοχλό της σύνδεσης**.
 - π.χ. Το Twitter με προτρέπει να ακολουθήσω νέα άτομα, δεδομένου ότι τα συνδεδεμένα άτομα στο δίκτυό μου τους ακολουθούν.

Challenge

- Η πρόκληση είναι ένας ισχυρός μηχανικός παιχνιδιού για να **παρακινήσει** τους ανθρώπους να δράσουν, ειδικά αν πιστεύουν ότι εργάζονται για να πετύχουν κάτι **σπουδαίο**.
- University of Washington: Foldit - παιχνίδι για το protein folding.
- Οι αναδιπλούμενες πρωτεΐνες παρέχουν σημαντικές ενδείξεις στους επιστήμονες σχετικά με τον τρόπο πρόληψης ή θεραπείας ασθενειών όπως ο HIV/AIDS, ο καρκίνος και το Αλτσχάιμερ.
 - Μια ομάδα ειδικών είχε εργαστεί πάνω σε αυτό το πρόβλημα για πάνω από 10 χρόνια χωρίς λύση.
 - Μόλις η επιστημονική πρόκληση ξεκίνησε με τη μορφή παιχνιδιού, 46.000 εθελοντές παίκτες έλυσαν το παζλ σε 10 ημέρες.
 - Ο μηχανικός παιχνιδιών πρόκλησης απευθύνεται στην παρακίνησης επιτεύγματος.
 - Στο Foldit, το αίσθημα της σύνδεσης και της αμοιβαιότητας, (άμεσος ή έμμεσος ασθενής) μπορεί να έπαιξε ρόλο στη συντριπτική επιτυχία του .

Constraints

- Είναι ενδιαφέρον ότι **περιορισμοί** όπως οι προθεσμίες, όταν συνδυάζονται με επείγουσα αισιοδοξία (επιθυμία να δράσουμε άμεσα για να αντιμετωπίσουμε ένα εμπόδιο σε συνδυασμό με την πεποίθηση ότι έχουμε μια λογική ελπίδα επιτυχίας), παρακινούν τους ανθρώπους να δράσουν.

→ π.χ.

- ορισμένοι ιστότοποι εγγραφής χρησιμοποιούν gamification για περιορίζοντας το χρόνο που μπορεί να διαθέσει ο χρήστης για να ολοκληρώσει τη διαδικασία εγγραφής.
- ορισμένοι ιστότοποι ηλεκτρονικού εμπορίου μόδας, περιορίζουν το χρόνο που δίνεται στους πελάτες τους να υποβάλουν προσφορές για αντικείμενα για να τους παρακινήσουν να δράσουν.



90% profile completeness

 Complete your profile quickly
Import your résumé to build a complete profile in minutes.Profile Completion Tips ([Why do this?](#)) Ask for another recommendation (+5%)

Journey

- Ο παίκτης βρίσκεται σε ένα προσωπικό ταξίδι και ενσωματώνει αυτό το στοιχείο στην εμπειρία.
- Αντιμετωπίζει την ανάγκη του παίκτη για επιτυχία, παρουσιάζοντάς το σωστό σύνολο χαρακτηριστικών που είναι κατάλληλα για το επίπεδο του παίκτη στο παιχνίδι.
 - π.χ. Onboarding (Ενσωμάτωση)
 - Η προσφορά βοήθειας και μια σύντομη εισαγωγή στα χαρακτηριστικά και τις λειτουργίες παρακινούν τον παίκτη να ξεκινήσει το ταξίδι.

→ π.χ. Scaffolding (Σκαλωσιές)

- Ένα προϊόν θα μπορούσε σταδιακά να αποκαλύψει περισσότερες δυνατότητες καθώς ο παίκτης αποκτά περισσότερη εμπειρία χρησιμοποιώντας το προϊόν.

→ π.χ. Progress (Πρόοδος)

Η πρόοδος αναφέρεται στην παροχή σχολίων στο χρήστη σχετικά με το πού βρίσκεται στο ταξίδι και στην ενθάρρυνση του/της να κάνει το επόμενο βήμα.

Narrative

- Ο μηχανικός του **αφηγηματικού** παιχνιδιού προσελκύει τους παίκτες σε μια ιστορία μέσα στο παιχνίδι.
- Η αφήγηση προσφέρει στους παίκτες την ευκαιρία να εκφραστούν μέσω παιχνιδιού ρόλων.
- Π.Χ.
 - To Zombie Run, ένα παιχνίδι γυμναστικής, χρησιμοποιεί αφήγηση για να κάνει τους παίκτες να πιστέψουν ότι τα **ζόμπι τους κυνηγούν** και ότι πρέπει να τρέξουν όσο πιο γρήγορα μπορούν για να ξεφύγουν.
 - Ο στόχος του παιχνιδιού είναι να παρακινήσει τους παίκτες να αποκτήσουν καλή φυσική κατάσταση χωρίς να το κάνει ξεκάθαρο.

iPhone Screenshots



JOLLY ALPHA FIVE NINER		
0.06 KM	08:07 TIME	-:-- PACE (KM)
Incoming transmission Escaping the Crash Site	12:05	
Item collected Book	12:02	
Item collected Tinned Food	12:02	
Item collected Batteries	12:02	
Incoming transmission Survived the crash.	11:58	
Pause Replay Clip		Stop Mission

Βρόχος εμπλοκής χρήστη



Συχνή πρόσκληση για αλληλεπίδραση με το παιχνιδοποιημένο σύστημα

→ Δημιουργεί **Θετική ενίσχυση** και παρακινεί τον παίκτη να παραμείνει αφοσιωμένος στο σύστημα.

Βρόχος εμπλοκής χρήστη

- Επίσκεψη από περιέργεια,
- Συμμετοχή μέσω πρόκλησης,
- Υπενθύμιση από το σύστημα για περιοδικά check-in με σκοπό την εξερεύνηση και ανακάλυψη νέων δυνατοτήτων,
- Σχόλια/ανταμοιβές για τη συμμετοχή.

Επίτευξη εμπορικών στόχων μέσω gamification



Παραδείγματα παιχνιδοποίησης



► Nike+

- Χτυπά στο φυσικό μας ανταγωνιστικό πνεύμα.
- Παρακολουθεί τα στατιστικά στοιχεία λειτουργίας μας και μετρά την πρόοδο προς τους στόχους.
- ↳ Μας αναγκάζει να βγούμε έξω και να κερδίσουμε το ρεκόρ μας την επόμενη φορά.
- Όχι μόνο αυτό, αλλά συνδέεται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ώστε να μπορούμε να ανταγωνιστούμε (ή να επιδεικνύμαστε) με τους φίλους μας.
- Το πλεονέκτημα της Nike είναι ότι βγάζει περισσότερους ανθρώπους έξω για τρέξιμο, κάτι που – τελικά – οδηγεί σε αύξηση πωλήσεων της Nike.

Παραδείγματα Gamification

The screenshot shows a user profile on Codecademy. At the top, there's a photo of a woman with glasses, her name "skim_this", and a link to her WordPress site. Below that is a "Code Year Track" showing progress in "Functions in JavaScript" at 4%. A "JavaScript Fundamentals (Upgraded) Track" is shown as 75% complete. Under "Completed Courses", three courses are listed: "Getting Started with Programming", "Choose Your Own Adventure!", and "Introduction to Functions in JS". On the right side, there's a "Points" section showing 3 points today, 29 best, and 59 total. A "Streak" section shows a 1-day streak and a 2-day best streak. A "Badges" section displays nine achievement icons. Finally, a "Recent Activity" section shows the user's recent interactions with various challenges.

Codecademy

→ Το Gamification λειτουργεί ιδιαίτερα καλά όταν το περιεχόμενό σας είναι πυκνό ή περίπλοκο.

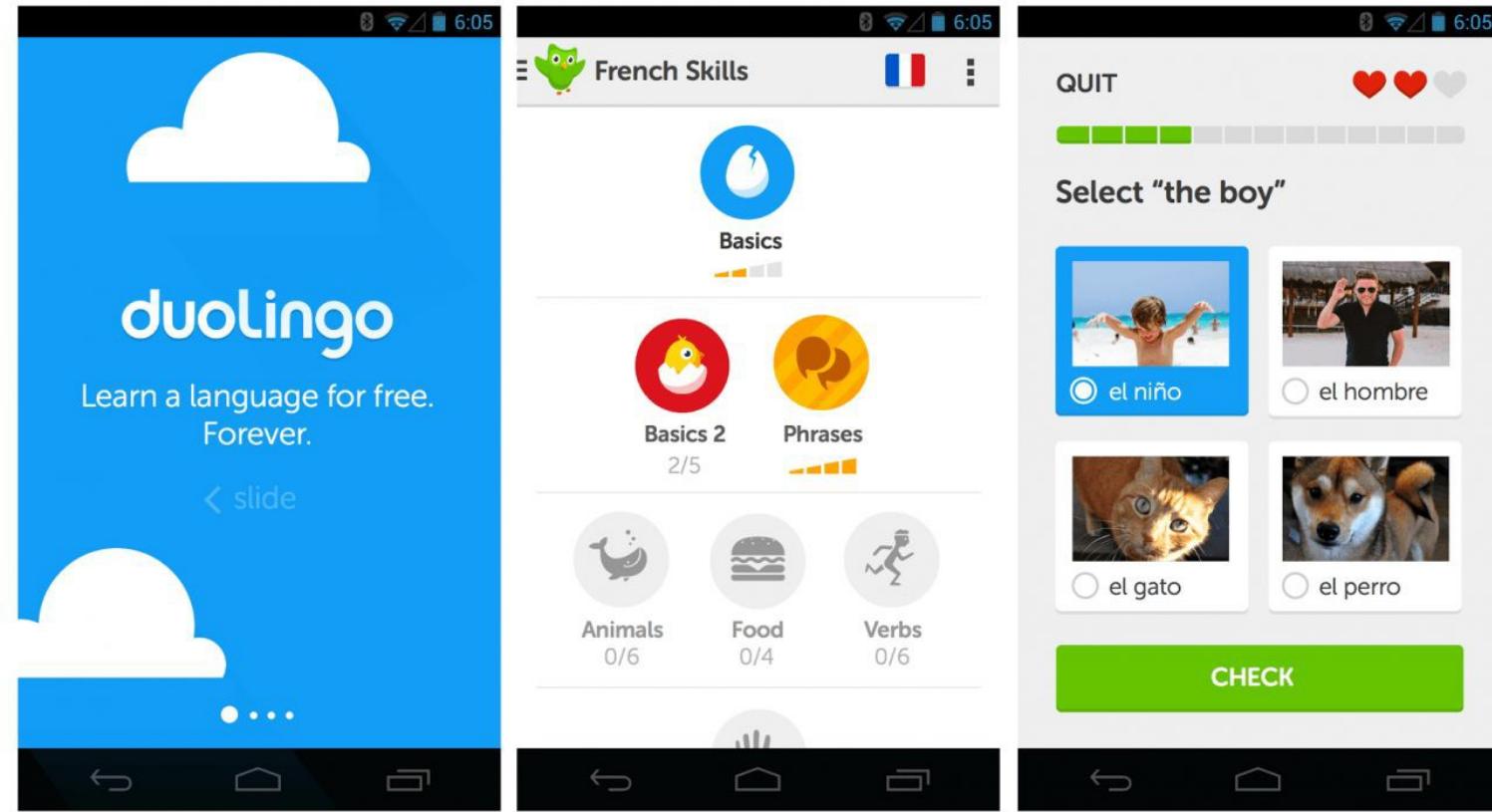
εκμάθηση κώδικα είναι δύσκολη, επομένως το Codecademy χρησιμοποιεί gamification για να το νει διασκεδαστικό και εθιστικό.

- Παρέχει πίνακα εργαλείων που χαρτογραφεί ολόκληρη την πορεία με κονκάρδες ανταμοιβής
- Υπάρχουν σαφή «επίπεδα» στα οποία μπορείτε να προχωρήσετε.
- Παίρνετε κονκάρδες ως ανταμοιβές στην πορεία.
- Διατηρεί ακόμη και ένα τρέχον σκορ με τους καλύτερους πόντους σας και τα hot-streaks (περίοδος αλλεπάλληλων επιτυχιών) για να σας κρατά ανταγωνιστικούς.

Παραδείγματα παιχνιδοποίησης

Duolingo

- Χρησιμοποιεί ερωτήσεις πολλαπλών επιλογών για να κρατήσει το ενδιαφέρον των χρηστών.
- Μπορείτε επίσης να θέσετε στόχους και να κερδίσετε πόντους για να αγοράσετε power-ups στην πορεία.





EpicWin: Pre-Release Trailer

Σύνοψη

- Παιχνιδοποίηση. Δεν είναι απλώς ένα τέχνασμα.
- Αν σχεδιαστεί σωστά, προκαλεί αληθινά, ισχυρά ανθρώπινα συναισθήματα.
- Δημιουργεί θετικές εμπειρίες χρήστη, αυξάνει την αφοσίωση.
- Η χρήση της Παιχνιδοποίησης για εφαρμογές αυξάνει το ποσοστό χρήσης, κάνοντας το προϊόν συνήθεια.
- Η Παιχνιδοποίηση πρέπει να απασχολεί τον παίκτη συνεχώς ως μέρος μιας βιώσιμης στρατηγικής.
- Μειονέκτημα: κόστος; όχι πια

Αναφορές

The History of Gamification: From the Beginning to Right Now

A Player Type Framework For Gamification Design

Gamification at Work: Designing Engaging Business Software