



Господа, играть подано!

Виртуальные промо-игры

(Тип игр 4.1 согласно общей классификации корпоративных игр сети Encouter.
Запрашивайте презентацию и классификатор корпоративных игр отдельно.)

Что за игры такие?



«Потребители, как тараканы — ты травишь и травишь их, а через некоторое время они получают иммунитет и становятся невосприимчивыми к твоим средствам» Дэвид Любарс, директор по рекламе компании Omnicom Group.

Что остаётся делать, если все способы донести до потребителя идею превосходства ваших товаров и услуг уже исчерпаны? Придумать что-нибудь новенькое и неожиданное! Например, провести **Виртуальную корпоративную игру!**

Такая игра – это одновременно и интеллектуальная викторина, и рекламная акция и, что немаловажно, оригинальный повод напомнить о себе вашим клиентам!

Суть игры предельна проста: готовится 10-30 вопросов, каждый из которых так или иначе связан с вашими товарами или услугами. Игра может быть посвящена истории вашего бренда. Участники последовательно отвечают на вопросы, а кто быстрее всех – тот победитель.

Давно подмечено, что любое изучение материала, намного лучше усваивается именно в игровой форме. Правильно! Играя, человек **интересно проводит время**, он захвачен игровым процессом и **увлечен происходящим!**

А что ещё вам нужно, если не глубокое проникновение в сущность вашего бренда и открытие достоинств ваших товаров или услуг?

...и как это происходит?



Мы или даже вы сами (об этом чуть позже) **готовим сценарий игры**. Загружаем его на игровой сайт, где размещаем информацию о том, когда игра состоится и какие призы получают победители.

Для всех участников **игра начинается одновременно** в заранее установленное время. Тот, кто первым ответит на все вопросы правильно, становится победителем. Как правило, время прохождения игры – около одного часа. Однажды начавшись, игра будет **доступна для прохождения в любое время**. Вы сможете разместить кнопку «Вход в игру» на сайте вашей компании.

В игре могут принять участие **неограниченное количество человек**: чем больше участников будут вовлечены в игру, тем эффективнее для вашего бренда пройдет взаимодействие с потенциальными клиентами! С технической точки зрения, наши серверы могут выдержать нагрузку в десятки или даже сотни тысяч участников, которые одновременно придут участвовать в вашей игре!

В то же время, если по ходу игры участникам нужно будет зайти на ваш официальный сайт, необходимо, чтобы ваш сервер выдержал **внезапный наплыв посетителей**. Перед началом игры этот момент нужно хорошенько продумать.

Как выглядит сценарий игры?



Сценарий игры – это совокупность вопросов, подсказок, правильных ответов на вопросы. Также сценарий включает в себя медиафайлы: фотографии, картинки или видео. Вы можете ознакомиться с образцово-показательным [сценарием игры](#) посвященной автомобилям Фольксваген Гольф.

Интерфейс игры предельно прост:

Интеграция логотипа Фольксваген

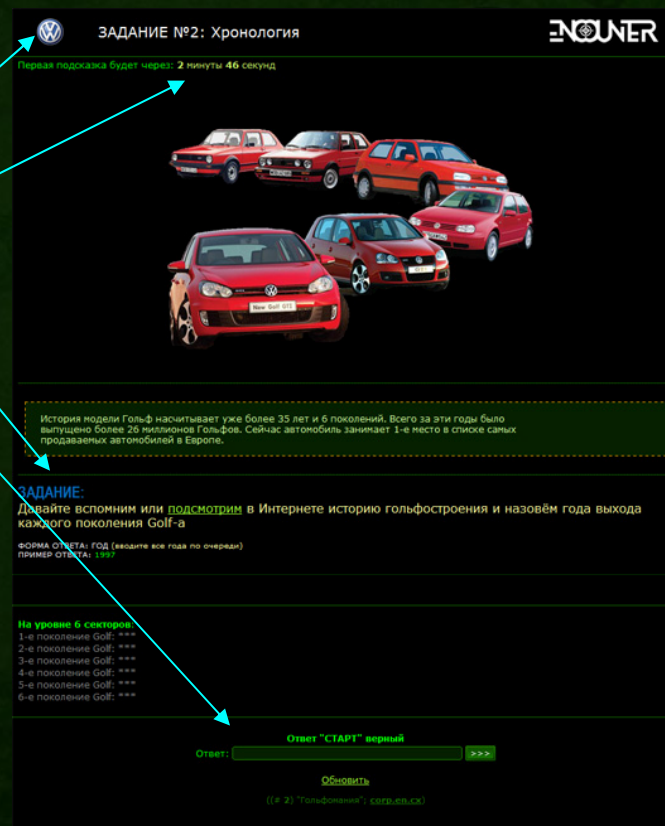
Отсчет времени до следующей подсказки

Текст задания

Форма для ввода ответа

Вы можете сами войти в игру прямо сейчас и посмотреть на интерфейс со стороны участника:

[Вход в игру](#)



Кто будет готовить сценарий?



Есть два варианта:

1. Сценарий для игры составляем мы

Это означает, что мы гарантируем качество сценария: мы не делаем вопросов, ответы на которые можно просто найти в интернете. Мы умеем составлять задания игры таким образом, чтобы участникам приходилось ломать голову над решением загадок, ребусов – именно таким образом мы **доставляем удовольствие мозгам участников!** У наших авторов за плечами девять лет опыта написания сценариев. Стоимость наших услуг по разработке сценария игры зависит от количества заданий в игре (от 10 до 30), от необходимости обрабатывать фотографии, звук, видео для игры. Срок написания сценария – от 1 до 3 недель.

2. Сценарий для игры составляете вы

Правда, вы должны быть уверены в том, что ваш сценарий будет интересен для участников. Если вы сделаете скучную и сухую подборку вопросов и ответов, отзывы об игре будут в лучшем случае нейтральными. А нам (и вам) нужен полный восторг!

Где будет проходить игра?



Опять же, два варианта:

1. Игра проводится на сайте **corp.en.cx**

Это наша площадка, созданная специально для корпоративных игр. Стоимость проведения Виртуальной корпоративной игры для вас составит **20\$**. Это означает, что если вы самостоятельно составляете сценарий и проводите игру на сайте corp.en.cx, то всё это мега-мероприятие обойдётся вам всего в 20\$ (не считая призов и пиара в СМИ).

2. Вы регистрируете корпоративный сайт игры

Например: coca-cola.en.cx или bmw.en.cx или ibm.en.cx. Словом, имябренда en.cx.

Стоимость регистрации доменного имени – **49\$**. Далее, вы оплачиваете только проведение каждой конкретной игры – **20\$**. Что вам даст ваш индивидуальный сайт?

- Вы можете его **оформить на свой вкус**, вставить различные баннеры со ссылками на официальный сайт компании.
- Вы сможете проводить **игры, когда захотите**: вам не нужно согласовывать время проведения игры с нами, вы сами сможете добавлять анонсы об играх в любой момент.
- Вы можете проводить **разные виды игр**: не только Виртуальные корпоративные, но и корпоративную Схватку для ваших сотрудников или международную Фотоохоту, где в каждом снимке может присутствовать символика вашего бренда.

[Регистрация корпоративного сайта](#)

Кто будет играть?



Любой желающий сможет принять участие бесплатно

Аудиторию на игру будем собирать вместе. Вы берёте на себя размещение анонсов игры в СМИ: на телевидении, радио, на популярных и посещаемых интернет-ресурсах, а мы расскажем об этой игре нашим участникам. В сети Encounter зарегистрировано более 200 000 человек.

Надо сказать, что реклама таких игр в сетевых СМИ потрясающе эффективна! Так, например, новость об игре [Гольфомания](#) была размещена на самом популярном в Беларуси портале [TuT.by](#). Новость увидели всего 30 000 посетителей а это привлекло к участию в игре более 3000 игроков! Когда каждый десятый из увидевших новость решает принять участие в мероприятии – это действительно отличный показатель! Если вы размещаете рекламный баннер, хорошо если соотношение показов к кликам будет составлять 1% (на 100 показов рекламы 1 переход на ваш сайт). А как насчёт CTR в 33%? 30 000 человек видят новость, 10 000 переходят по ссылке, 3000 регистрируются на игру! Офигеть!


Но ничего сверхъестественного в этом нет: ведь мы не просто предлагаем ознакомиться с товарами или услугами – обычная реклама уже примелькалась – а приглашаем развлечься, отдохнуть и получить удовольствие (это именно те ассоциации, которые возникают у человека при слове “игра”). Вместе с тем, получить удовольствие предлагается **бесплатно**.

Стоит ли сомневаться, что желающие принять участие найдутся незамедлительно?

Нужны ли призы?



Конечно, нужны призы

Достаточно того, чтобы **главный приз** для победителей оценивался в 300-500\$. Например, в серии виртуальных игр про кинофильм “Кандагар”, которые заказывал телеканал  “Россия”, в каждой из трёх игр был приз – нетбук, стоимостью примерно 600\$.

Актуальными призами будут **сувениры** с логотипом компании (футболки, кружки и т.д.) Расходы по доставке призов берёт на себя заказчик игры: участники просто сообщают нам адреса доставки, а мы передаём их заказчику.



По согласованию возможны также призы от сети Encounter.

В случае организации мини-чемпионата (не менее чем из трёх игр) и широкого освещения его в СМИ возможно также выделение золотого ордена “**Мега-мозг**” победителю чемпионата.

Ммм...хотим! С чего начать?




1. Прежде всего, определите для себя: будете ли вы сами составлять сценарий игры или отдадите это в распоряжение профессионалов.

2. Решите, на какой площадке хотите проводить игру: на corp.en.cx или зарегистрируйте корпоративный сайт для вашей компании.

3. Подумайте, какие призы вы могли бы предоставить для победителей игры, где и как вы сможете прорекламирровать анонс вашей игры, в каких числах вам бы хотелось, чтобы игра состоялась.

Более или менее определившись по этим пунктам, можете связаться с руководителем направления Виртуальных корпоративных игр **Ириной Куракиной**:

- по телефону: +7 (925) 044 00484
- по e-mail: kapel@en.cx
- по Skype:  kurakina.irina