

Генеральное руководство

для владельцев доменов и организаторов
международной сети городских игр «Encounter»

Спасибо!

Мы от всего сердца благодарим вас за выбор сети Encounter!

Если вы еще не регистрировали свой домен в сети Encounter, это руководство поможет вам определиться с решением о регистрации. А если уже зарегистрировали, так уж тем паче, прочтите Генеральное руководство перед тем, как вы приступите к организации городских игр. Я постарался в максимально простой и удобной форме изложить информацию, которая может быть полезной в процессе организации игр и развития вашего домена.

В связи с тем, что программно-технический комплекс (ПТК) Encounter находится в постоянном развитии, некоторые описания элементов управления сайтом и скриншоты, которые приводятся в Генеральном руководстве, могут не совпадать с тем, что вы фактически будете видеть на сайте. В данном случае верить нужно сайту. Мы прикладываем максимум усилий для того, чтобы обновлять документацию вслед за обновлением ПТК.



Иван Маслюков © 2004-2011

Кому что

Международная сеть городских игр Encounter – это свободная творческая зона. Мы предоставляем техническую возможность, конструктор, на основе которого можно «мастерить» самые разнообразные игры и мероприятия. А каждый организатор сам для себя решает, какие у него цели и задачи. Мы рады тем, кто хочет сделать EN своим хобби и проводить игры для избранной аудитории. И рады тем, для кого организация игр становится приоритетным занятием – то есть своим делом, бизнесом.

хобби

Те, кто не преследует цели извлекать прибыль от организации игр и, в лучшем случае, только покрывают свои расходы, не всегда могут внятно объяснить, что именно ими движет. Нравится, захватывает, заставляет переживать... Но пожалуй, самым ценным приобретением становится околоигровая тусовка. Человек, создавший проект и вложивший в него душу, однажды вдруг осознаёт, что окружен доброй сотней товарищей и друзей. Это – по настоящему, а не фиктивные цифры на страничке в фэйсбуке.

бизнес

Те, кто извлекает прибыль, проводят игры строго по расписанию. По содержанию – игры относительно простые, доступные, непродолжительные. Большая часть энергии уходит на рекламу проекта, привлечение партнёров. Часто такие организаторы занимаются корпоративными и промо-играми. К написанию сценариев игр привлекают наёмных авторов – мастеров игры. Как правило, организатор, постоянно и систематически извлекающий прибыль из проведения игр, зарегистрирован как юридическое лицо.

Закон – всему голова

Как и в любом государстве, обществе, группе, у нас есть свои правила, по которым мы живём.

Основопологающим законом, конституцией является Генеральная Декларация. Полный текст Декларации можно прочесть здесь: <http://world.en.cx/Manifest.aspx>

Ни одно правило, которое публикуется в сети Encounter, не должно противоречить Генеральной Декларации. А вот Локальные правила игр, которые по желанию могут быть установлены Владельцем домена, могут противоречить Общим правилам игр. Таким образом, Владелец домена может проводить экспериментальные и неформатные игры, используя программно-технический комплекс “Encounter”.

Локальные правила игр

Составляются Владельцем домена

Общие правила игр

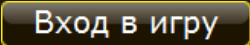
Генеральная декларация

Составляются Администрацией сети

Генеральная декларация является внутренним документом, который, помимо прочего, описывает взаимоотношения между Администрацией сети и Владельцами доменов. С юридической точки зрения он не заменяет Договор. Однако на практике Генеральная Декларация вполне справляется с функциями Договора.

Услуги, которые предоставляются в рамках сети городских игр Encounter, поставляются на основе Публичной оферты, коей и является Генеральная декларация. Каждый Владелец домена должен прочесть Генеральную декларацию и принять её как основополагающий документ, либо отказаться от организации и проведения игр в сети Encounter.

Размещение анонсов

Игровой интерфейс целиком функционирует через браузер. Чтобы играть, никакого программного обеспечения участнику загружать на свой компьютер не нужно. В установленное вами время игра начинается автоматически - на сайте появляется кнопка . Эта кнопка появляется непосредственно под анонсом самой игры, на главной странице вашего домена.

Помимо фиксированной платы за регистрацию домена (49 EN USD) в зоне en.cx мы берем мзду за проведение каждой игры. Абонентской платы за обслуживание домена нет. Цены на проведение игр (EN USD):

	Игра	Одиночная	Командная	Персональная
	Схватка	18	36	15
	Фотоохота	22	22	-
	Мокрые войны	15	-	-
	Фотоэкстрим	22	22	-
	Кэшинг	22	22	-
	Мозговой штурм	18	18	-
	Точки	18	18	10
	Видеоохота	22	22	-

Всё с начала

Итак, вы только что зарегистрировали свой домен в зоне “en.cx”. Что дальше?

1. Нужно повесить анонс о предстоящей игре на сайт сразу же, как только сможете определиться с датой проведения игры. Учтите, что вам потребуется 2-3 недели, чтобы собрать команды на первую игру.
2. До начала игры вам необходимо разослать по всем существующим в городе СМИ пресс-релизы о предстоящей игре. Желательно обойти СМИ лично, а не отправлять приглашения по e-маилу.
3. Постарайтесь провести первую игру без ошибок и ляпов. По первой игре будут судить о будущем проекта. По конкретным играм есть отдельные руководства ([Администраторская / Руководства и документация](#)). Если не уверены в своих силах – смело обращайтесь в Администрацию сети за помощью. Возможен вариант, когда к вам в город приедет опытный автор и проведёт первую образцово-показательную игру.
4. В идеале, анонс о второй игре должен появиться за несколько дней до старта первой. Зачем это нужно? Чтобы участники знали, что это не разовое мероприятие, и что игры будут проводиться периодически. Чтобы пресса могла сказать: “А на сайте уже вывешен анонс предстоящей игры...” Дело в том, что новичок, пришедший по отзывам об игре на сайт и не обнаруживший там анонса предстоящей игры, скорее всего просто не вернётся на сайт. Пристально за появлением анонса будут следить только уже сыгравшие.

Если вы отменяете, то есть удаляете анонс игры до её начала, то мы возвращаем вам деньги, потраченные на размещение анонса. А вот если вы повесите анонс, потом забудете про него и игра начнётся без участников, то после удаления этой игры деньги за неё возвращены не будут.

Айда играть!

Если игра есть, в неё же должен кто-то играть! Хорошо, если в вашем городе уже проходят городские игры и не придётся объяснять, что это такое. Тогда вам будет достаточно просто распространить информацию среди уже играющих. Но также возможно, что вам предстоит стать первооткрывателем и водрузить знамя EN в неспаханную целину.

Ваш первый и самый надёжный источник участников - это приглашение ваших знакомых. Приглашайте всех подряд: по телефону, по скайпу, через Вконтакте и Фэйсбук, встречайтесь лично. Практика показывает, что подавляющее большинство участников приходит в игру благодаря именно личным приглашениям. Если ваша первая игра – Схватка, то важно зацепить своим рассказом, используя доступные ассоциации: *“Это как Стритрэйсинг и “Что? Где? Когда?” в одном флаконе!”*, *“Помнишь, раньше играли в казаков-разбойников? Так вот Схватка это то же самое, только играем по всему городу.”* *“Это как Зарница и спортивное ориентирование, только в игре ещё часто думать приходится...”*. Не важно, что игра не похожа ни на что из этого. Важно чтобы возникла ассоциация с чем-то знакомым и понятным.

Для первой игры будет достаточно лично пригласить все городские СМИ и ваших знакомых. Однако если в вашем городе уже проходят городские игры и их появление в городе не новость – собрать представителей средств массовой информации будет достаточно проблематично.

...надоели скучные выходные?

ENOUNER

Есть отличный способ посходить с ума!
Заходи на сайт <http://en.cx>
– узнаешь как!

В разделе **“Реклама и продвижение”** администраторского интерфейса домена есть PSD-шаблон этой визитки. Измените в шаблоне адрес сайта <http://en.cx> на соответствующий адрес вашего домена. Будет здорово, если каждый участник будет иметь при себе несколько таких визиток - часто в процессе игры люди интересуются: *“А что это вы тут делаете?”* Не вдаваясь в подробности, можно просто отдать такую визитную карточку.

Массовая информация

Баннеры в интернете, печатные листовки, реклама на ТВ? Как привлечь городскую молодежь в ваш проект? Ну, если только у вас не заваялся лишний миллион денег, то ни первое, ни второе, ни третье.

Хорошо, если после первой игры вы сможете завести знакомства с представителями СМИ. Потому что дальнейшая популярность вашего проекта будет в том числе зависеть и от поддержки в средствах массовой информации. Если информационный повод освещения первой игры в городе очевиден, то в будущем просто сам по себе факт проведения игры новостью уже не признается.

Самым эффективным (потому что массовым и бесплатным) способом рекламы вашего проекта будет игра со СМИ. Телевидением, радио, печатными изданиями. С телевидением – можно делать игровое реалити-шоу, или просто развёрнутые сюжеты с игр с комментариями ведущего. В прямом эфире радиостанций могут выдавать подсказки к заданиям или даже сами задания. В газетах, журналах могут печатать зашифрованные коды. В общем, любой реализованный со СМИ проект, в котором будет указана ссылка на ваш домен, даст намного больше пользы, чем распространение печатных флаеров и уж тем более, оплаченная прямая реклама.

Современные СМИ понимают важность обратной связи со зрителями, слушателями, читателями. Они ищут способы развлекать свою аудиторию: рейтинг развлекательных программ неизменно выше аналитических. Масштабная городская игра может стать таким развлечением.

Какие именно проводить игры со СМИ? Тут уж кто во что горазд – на что вы решитесь, на что сподвигнете руководство студии или издания, то и проведёте. У вас есть техническая платформа, опыт по написанию игр, у них - аудитория. Вы можете организовать игру, обеспечить её прохождение, они – собрать участников. Вам нужна бесплатная реклама, им нужен организатор, которому не нужно платить. Найдите друг друга!

Информационные поводы

Даже если у вас не получается организовывать игры совместно со СМИ, имеет смысл периодически напоминать им о своём существовании. То есть создавать информационные поводы для выпусков сюжетов и публикаций о вашей деятельности. Обычно рассылаются пресс-релизы с краткой аннотацией прошедшего или предстоящего события (игры). Какое событие может стать информационным поводом?

- 1.** Игра с участием известных в городе людей. Если в игре принимают участие известные в городе личности – обязательно расскажите об этом прессе. Пусть приедут и бесплатно примут участие в игре, а заодно и статью потом напишут, снимут сюжет.
- 2.** Игра нестандартного формата. Это мы знаем, что в EN у нас много разных игр. А пресса в городе и общественность этого пока не знают. Поэтому если вы провели первую игру Схватка, то, анонсировав через две недели Фотоохоту, можно смело рассылать пресс-релизы с заголовком: “Город опять играет! Встречайте: ФОТООХОТА!”. Изобретайте, придумывайте. Возможно, у вас получится внедрить такой формат игры, о котором и по ТВ расскажут, и всем другим организаторам сети Encounter он будет поставлен в пример.
- 3.** Акции и мероприятия проекта. Проводится благотворительная игра? Организуется субботник по зачистке грязных улиц города? Проходит конкурс “Лучшая EN-пара города”? Отличный информационный повод для пресс-релиза! Если город небольшой, то действительно интересных мероприятий и акций в нём проводится не много, если вообще проводятся хоть какие-нибудь. Поэтому вполне возможно, что акции от организаторов EN-игр станут главной темой для выпуска следующего номера... В общем, был бы повод, а СМИ с удовольствием напишут о чём-нибудь выдающемся и оригинальном.

Пресс-релизы

Конечная цель пресс-релиза – выход публикации, сюжета о предстоящем (что лучше) или прошедшем событии. Каким должен быть хороший пресс-релиз, чтобы заинтересовать редакцию?

Коротким. Внятным. Захватывающим.

Если вы не сможете зацепить тремя абзацами – не сможете сделать это и на трёх страницах. Чем короче пресс-релиз, тем лучше. Оптимально – 1000-1500 знаков, это примерно столько же, сколько на этом слайде.

Пресс-релиз должен содержать минимум необходимой информации, а все подробности должны быть описаны уже на вашем сайте. Вы можете создавать страницы с произвольным содержанием на своём домене (**Администраторская / Произвольные страницы**). Ссылка на страницу с подробным описанием должна быть вставлена в пресс-релиз. Обязательно также укажите ваш мобильный телефон и e-маил для связи.

Когда будете отправлять пресс-релиз, вставляйте текст непосредственно в тело письма и дополнительно, в виде приложения, .doc-файлом. Многие не любят приложения к письмам, опасаясь вредоносных программ, а есть и те, кто желает читать исключительно в Word'e. Пресс-релизы рассылаются по всем электронным адресам всех изданий, газет, журналов, которые вы только найдёте. Часто издания предоставляют специальный адрес для пресс-релизов, типа news@ntv.ru – тогда отправляйте на него. Контролируйте, чтобы один и тот же пресс-релиз не отправлялся несколько раз на один и тот же адрес – это сильно раздражает получателя. Не отправляйте пресс-релизы чаще, чем один раз в две-три недели. При этом помните, что личный визит и лично переданная информация всегда привлекает больше внимания, чем полученные e-маилы (которые и так по большей части попадут в папку Спам). Если есть телефоны журналистов – звоните, но лучше приезжайте лично.

Социальные сети

Если мы говорим об оплаченной рекламе вашего домена, то говорим о таргетинговой рекламе в социальных сетях Facebook (FB) и Вконтакте (VK).

В обеих сетях уже можно рекламировать внешнюю ссылку, поэтому можно не создавать очередную “группу”, а продвигать непосредственно ваш игровой домен. Создавая рекламное объявление, вы должны указывать в таргетинговых настройках, чтобы объявление показывалось:

- Жителям исключительно вашей страны, вашего города;
- В возрасте от 17 до 35 лет;
- Обоих полов;
- Со следующими интересами: городские игры, схватка, энкаунтер, енкаунтер, ен, encounter, en, квест, quest, дозор, dozor, dzzzr, точки, фотоохота, геокэшинг, фотокросс, фото, активный отдых, streetracing, стритрэйсинг, стритрэйсеры, dragracing, зарница, переполох, ажиотаж, бегущий город.

Если в вашем городе есть аналогичные проекты, перечисляйте их названия. Не используйте общие слова, например “**игры**, **игра**, **game**, **games**, **гѐнжи**” – иначе к вам набегут любители компьютерных игр, а это не ваша целевая аудитория. Вконтакте есть “Категории групп” – не выбирайте ни одну из них, тем более “**спортивные игры**”, это существенно сократит аудиторию охвата для рекламного объявления. а эти игры к городским, опять же, отношения не имеют.

Вменяемой ценой размещения объявления будет 0.05 - 0.10 USD за один переход с объявления на ваш домен. Желательно проводить рекламную кампанию какой-то конкретной игры, указывая дату и время.

Синергия

«Синергия - взаимодействие двух или более факторов, характеризующееся тем, что их действие существенно превосходит эффект каждого отдельного компонента в виде их простой суммы» [Википедия](#)

Что вы можете предложить партнёру?

- Размещение рекламы на вашем домене,
- Промо-игры для клиентов партнёра,
- Создание отдельных тематических уровней в играх Схватка, Фотоохота и т.п.
- Привлечение участников на территорию партнёра (если это ресторан, кафе, боулинг, баня, солярий, картинг и т.п. и т.д. то есть место, которое может быть посещено участниками игры)
- Размещение печатной символики партнёра на брифинге до и после игры, в клубе, где организовываются встречи участников.
- Размещение символики партнёра на визитках, флаерах, плакатах, афишах.
- Партнёр может создать и постоянно поддерживать команду, которую назовёт своим именем. В этом случае команда играет в экипировке спонсора.
- СМИ будут указывать партнёра как спонсора вашего проекта.

Что может дать партнёр?

- Деньги.
- Ценные призы для победителей игры.
- Рекламу вашего домена на территории партнёра.
- Рекламу вашего домена в продукции партнёра в виде вкладышей, буклетов.
- Размещение рекламы домена в собственных рекламных материалах партнёра (наружная реклама, интернет, радио, ТВ).

Конечно, партнёру проще всего дать то, что дать ему не составит труда по роду деятельности. Вообще же, единого шаблона взаимоотношений нет. Практика показывает, что если хорошенько задаваться вопросами: «Чем мы можем быть полезны партнёру?» и «Чем партнёр может быть полезен нам?», то место для синергии обязательно найдётся.

Мир, дружба, жвачка

Синергия – это модное слово такое, в оригинале греческое. А по-русски – дружба. Родителей, страну в которой рождаешься – не выбираешь. А вот друзей можно и нужно выбирать.

А как выбирать? Чтобы интересны были схожие, мировоззрение. Еще ни разу так не случилось, чтобы водочный бренд или сигареты какие-нибудь стали партнёрами и друзьями домена. Мы против разрушения организмов. А вот пейнтбольный клуб, спелеологический, картинг-клуб – часто находят с нами общий язык. С Экспедицией делаем совместные игры, дружим - идеология правильная, близкая: путешественническая, приключенческая.

Часто партнёрами становятся провайдеры сотовой связи и интернета. Для них это и способ агитации среди целевой аудитории, и повышение лояльности к бренду, а иногда – и информационный повод для СМИ. Так-то что: предоставляет провайдер двадцать лет мобильную связь. База абонентская растёт, вышки новые ставят, офисы открывают, тарифы меняют, а гордиться – нечем. Вот другое дело, стать соорганизатором или спонсором городской или даже федеральной игры. Это и социально значимо, и круто, и все говорят о этом.

Хотя, конечно, завести дружбу не всегда просто. Вы приходите с интересной идеей, предложением, а вас сразу с порога взашей гонят. Тут главное не растеряться: А почему это нет? Что конкретно вас не устраивает в моём предложении? А если попробовать иначе? А давайте вы тоже подумаете, в каком формате наше предложение заинтересовало бы вас! Не уходите с переговоров с пустыми руками. Можно позволить себе уйти с отказом, но вы не должны уходить не поняв, почему вам отказали. Возможно, вам не ответят на ваши вопросы, возможно, соврут. Это неважно. Важно постараться узнать. Если узнаете – вы сможете скорректировать своё предложение. Это вам обязательно пригодится, когда вы будете стучаться в следующие двери.

Халява, сэр!

Бесплатное участие (или скидку) в играх можно предоставлять представителям СМИ и новым командам.

Заметка, публикация, упоминание в новостях на радио или ТВ – вот та плата, которую вносят представители СМИ. Поиграли, получили удовольствие? Расскажите, как это было круто, остальным. Спасибо!

Новой команде можно также предложить бесплатное участие, и, по желанию, предупредить, что в этом случае команде будет начислено штрафное время – 3 часа, что практически лишает команду возможности занять призовое место в игре. (Новой признаётся та команда, в составе которой - участники с пустыми послужными списками ([Личное дело](#) / [Послужной список](#))). Если вы практикуете бесплатное участие для новых команд, об этом нужно сообщать явно и однозначно, например, повесив объявление в правой колонке сайта.

Бесплатное участие в играх или в определённой игре можно разыгрывать. Газеты, журналы, радиостанции, популярные городские форумы, могут периодически проводить различные конкурсы. Им нужны призы для победителей. Таким призом может стать сертификат на бесплатное участие в предстоящей Схватке, Фотоохоте, Мокрых войнах, Кэшинге и т.д. Если конкурсов не проводится, вы можете сами предложить организовать такой конкурс, придумать вопросы для читателей и слушателей, а редакции останется только провести этот конкурс в эфире. Поскольку до сих пор существует масса народа, которая уверена что EN – это индикатор раскладки клавиатуры в правом нижнем углу экрана, редакция будет вынуждена достаточно подробно рассказать, что это за такой сертификат, который разыгрывается. То есть полноценно рассказать про ваш проект. Возможно, в довесок к сертификату на бесплатное участие нужно будет предложить редакции размещение их логотипа у вас на сайте, возможно, предложить им самим принять участие в предстоящей игре. В общем, действовать всегда нужно по обстоятельствам.

Дифференциация штанов

«Когда у общества нет цветовой дифференциации штанов — то нет цели!» Кин-дза-дза!

Самый главный в домене – Владелец домена. Он следит за порядком в домене и выдаёт различные права Администраторам домена. Авторам, которые проводят игры в домене, обычно выдают только одно право “Управление своими играми”.



Артём назначил двух администраторов: Васю и Петю. Вася выдал Лене право провести игру. Кроме этого, Вася может создать еще одного администратора. Или даже выдворить Петю, лишив его всяческих прав, так как у Васи есть право “Управление администраторами”.

Возрастной допуск

В сети Encounter установлены следующие возрастные ограничения:



Для Схватки:

1.3.1 Участниками полевой части состава команды должны быть лица, достигшие восемнадцатилетнего возраста. Ответственность за исполнение этого пункта несут капитаны команд.



Для Мокрых войн:

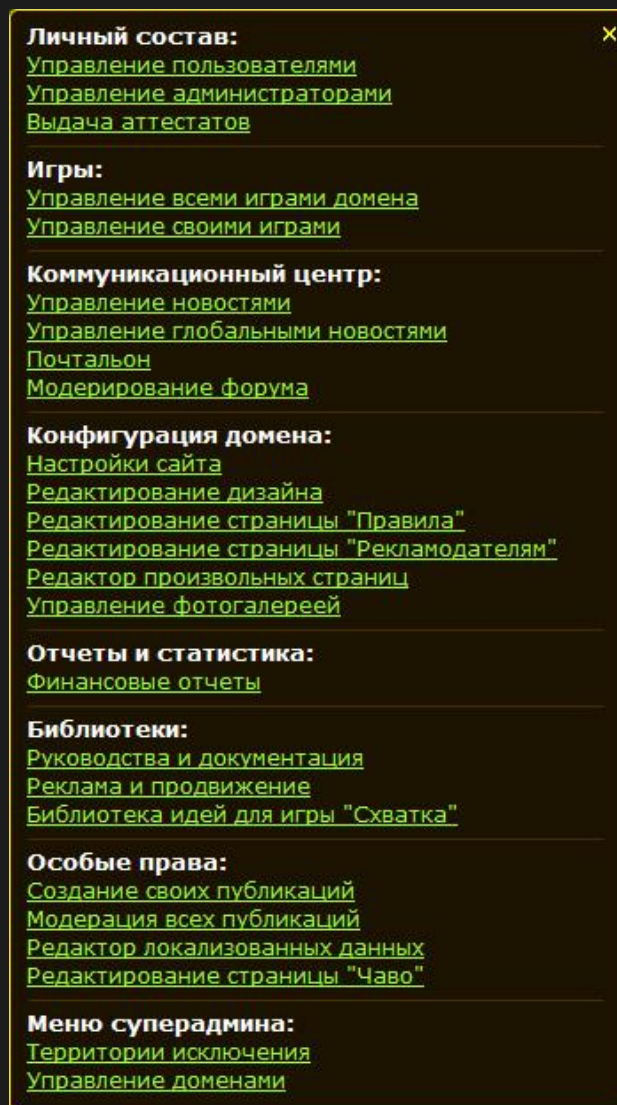
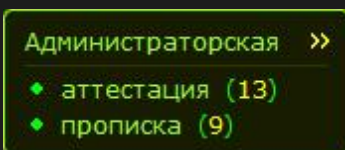
1.2. К участию в игре принимаются лица, достигшие шестнадцатилетнего возраста.

Особое внимание стоит уделить возрастному допуску на Схватку. Несовершеннолетние могут играть только в сопровождении одного из родителей.

В правилах сказано, что ответственность за соблюдение возрастных ограничений ложится на капитана команды. Однако организаторы должны быть начеку: ведь если, не дай бог, на игре произойдёт несчастный случай с несовершеннолетним, ответственность ляжет и на организатора.

Особое внимание следует уделить контролю за трезвостью участников на игре. Выпившим на игре на место. Увидите таких участников непосредственно на уровне – смело дисквалифицируете.

Администраторская



У любого участника, которому было выдано хоть одно право на сайте ([Управление администраторами](#)), под личным меню, появляется пункт [“Администраторская”](#).

Содержание администраторского интерфейса зависит от выданных участнику прав на этом сайте.

Для быстрого перехода в нужный пункт меню нажмите на значок [“>>”](#), который находится справа от надписи [“Администраторская”](#).

Меню покажется поверх текущей страницы.

Для перехода в полную версию Администраторской нажмите непосредственно на пункт меню [“Администраторская”](#).

В соответствии с бонусной программой, владельцу домена могут начисляться бонусные очки. Этими очками он может награждать участников и авторов игр ([Личное дело](#) / [Заслуги](#) / [Добавить премиальные очки](#)).

Суммарное количество доступных бонусных очков показывается в Администраторской.

Управление пользователями

Если вы собираетесь внимательно следить за личным составом вашего домена и досконально проверять, что участники вписывают в своё личное дело, вам нужно выключить автоматическую активацию новых регистраций ([Администраторская / Редактирование дизайна / Автоматическая активация новых участников](#)). Сделав это, вам необходимо будет каждый день заходить на сайт и активировать новых участников. Однако наиболее эффективным способом проверки личных данных участников является Аттестация.

Зарегистрированный участник прописывается на домене, то есть привязывается к сайту, в котором был зарегистрирован. Администратор домена, обладающий правом Управления пользователями, имеет возможность удалить (сослать в Сибирь) любого пользователя, который прописан на его сайте. Если пользователь прописан на другом сайте, пользователя можно только внести в чёрный список сайта – запретить ему авторизоваться в домене. Чёрный список можно включить и настроить ([Администраторская / Настройки сайта](#)).

Можно также запретить авторизоваться в вашем домене всем, кто прописан в других доменах. Это имеет смысл делать в том случае, если вы проводите на своём домене игры для закрытой аудитории и не хотите, чтобы к вам на сайт приходили другие участники.

Удалить учётную запись можно только до её активации (при регистрации). После этого участника можно только сослать в Сибирь (<http://siberia.en.cx>) что равносильно блокировке аккаунта. Сосланный в Сибирскую ссылку участник лишается возможности авторизоваться и принимать участие в играх других доменов. Сослать можно пожизненно либо на определённый срок. Если указан срок, участник будет выпущен на свободу автоматически по истечении срока наказания.

Редактирование дизайна

Вы можете частично редактировать дизайн сайта ([Администраторская / Редактирование дизайна](#)). Это нужно для того, чтобы вы могли вставлять баннеры, тексты, картинки, свои дополнительные меню. В частности, могут быть изменены некоторые области на сайте, но сам сайт сохранит свою структуру.

Редактирование дизайна

XHTML?

Верхняя часть
Правая часть
Нижняя часть
Верхняя область на главной

B I
[буллит]
[список]
[картинка]
[ссылка]
[таблица]
[таблицы]
[ссылка]
[звезда]
[документ]

```


                    
```

строка:1 позиция:1

Мы используем XHTML разметку. XHTML разметка строится по правилам XML. Это значит, что должны выполняться следующие простые правила:

- Все имена тэгов должны набираться маленькими буквами
- Атрибуты — маленькими буквами
- Все тэги закрыты
- Все значения атрибутов в двойных кавычках

Тэг выглядит так `<имя тэга />`
 Атрибут тэга — `<имя тэга имя_атрибута="значение атрибута" />`
 Тэг без содержимого `<имя тэга />`
 Тэг с содержимым `<имя тэга > содержимое </имя тэга>`

Устаревшие тэги:

В XHTML многие тэги не рекомендуется использовать. Ниже приведен список устаревших тэгов и их замена. Основная цель — заменить тэги, содержащие информацию о представлении, тэгами, содержащими смысл.

Например ,тэг `b` от слова `bold` (жирный) заменяется на тэг `strong` (усиление). Таким образом разметка XHTML содержит смысл (семантику), а не способ представления.

`b` - `strong`
`i` - `em`
`center` - `div` со стилем `text-align`

Возможна такая ситуация, что вы отредактируете дизайн сайта до такой степени, что сайт перестанет функционировать. В этом случае обращайтесь в Администрацию сети.

Аттестация пользователей

Аттестат – это электронный документ, подтверждающий, что за учётной записью (регистрацией) на сайте стоит реальный человек. Аттестат требуется для участия в играх Мокрые войны, и даёт некоторые привилегии.

Чтобы иметь возможность выдавать Аттестаты участникам, нужно сначала самому получить его. Прежде всего в вашем Личном деле должны быть указаны следующие данные: Имя, Отчество, Фамилия, Дата рождения. Заполнять нужно на языке вашего сайта. Если у вашего сайта несколько языков, заполнять можно на любом из них.

Чтобы получить Аттестат, нужно:

1. Подтвердить свой GSM-телефон (получить PIN-код в виде SMS на телефон и ввести его на сайте).
2. Загрузить отсканированную (сфотографированную) копию любого документа, содержащего ФИО, дату рождения и фотографию. Например: паспорт, водительское удостоверение, военный билет. Документ не должен быть просрочен. Следует указать НОМЕР и СЕРИЮ (ЕСЛИ ЕСТЬ) ДОКУМЕНТА. Разрешение изображения – не менее 3,2 мегапикселя. Документ должен занимать не менее 90% от пространства изображения. Качество изображения не должно вызывать сомнений в подлинности документа.
3. Подать заявку на аттестацию. Аттестаты новым организаторам могут быть выданы следующими администраторами: [air](#), [DDR](#), [konstantin](#), [im](#).

Администраторская >>
 ♦ аттестация (13)
 ♦ прописка (9)

После того как вы получите Аттестат, у вас под пунктом меню "Администратор" появится новый раздел "Аттестация". В скобках рядом указывается количество участников, ожидающих Аттестации. Условия для выдачи аттестатов участником не отличаются от тех условий, по которым получил аттестат владелец домена и другие администраторы.

“Чаво” для участников

У участников всегда будет возникать масса вопросов. Несмотря на то, что ответы на большинство из них даются в каждом домене на странице “Чаво”, участники будут задавать свои вопросы вам.

Чаво

- О проекте "Encounter"**
 - » [Философия и образ будущего](#) (7)
 - » [Регистрация в проекте, прописка, домены](#) (8)
 - » [Создание команды, вступление в команду](#) (6)
 - » [Внутренняя платёжная система](#) (5)
 - » [Организация EN-игр](#) (3)
 - » [Общие вопросы по проекту](#) (4)
 - » [Общие вопросы по игровому движку](#) (2)
- Вопросы по игре "Схватка"**
 - » [Суть игры, правила](#) (6)
 - » [Что требуется для участия](#) (5)
 - » [Стратегия успешной игры](#) (10)
- Вопросы по игре "Фотоохота"**
 - » [Суть игры, правила](#) (5)
 - » [Что требуется для участия](#) (2)
 - » [Стратегия успешной игры](#) (2)
 - » [Системы судейства фотографий](#) (4)
- Вопросы по игре "Мокрые войны"**
 - » [Суть игры, правила](#) (6)
 - » [Что требуется для участия](#) (1)
- Вопросы по игре "Фотоэкстрим"**
 - » [Суть игры, правила](#) (6)
 - » [Что требуется для участия](#) (2)
- Вопросы по игре "Кэшинг"**

Ответы в базу **Часто задаваемых вопросов** добавляются постоянно. Связано это с непрерывным развитием ПТК Encounter, добавлением новых игр, получением нового опыта. Ответы на страничку Чаво добавляются Администрацией сети. Вы не можете самостоятельно добавить на эту страницу свой вопрос с ответом. Если считаете, что там не хватает какого-то определённого вопроса, вы можете связаться с нами и попросить добавить этот вопрос.

Под каждой секцией раздела есть ссылка [“Задать свой вопрос”](#).

Вопросы, которые участники задают через эту форму, получаем мы, а не владелец домена, в котором был задан вопрос. Если вопрос повторяется многократно, он добавляется к Чаво.

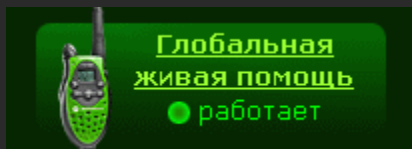
Чтобы существенно облегчить работу по поддержке участников, была также создана служба Глобальной живой помощи.

Глобальная живая помощь

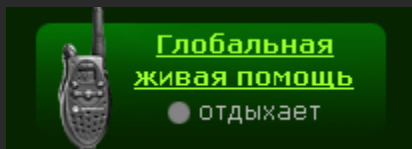
Глобальная живая помощь призвана оперативно отвечать на вопросы, возникающие у участников, авторов игр и владельцев доменов.

Кнопка глобальной живой помощи показывается на всех доменах слева, под пользовательским меню.

Большую часть времени кто-то из службы поддержки находится онлайн и готов оказывать помощь, в этом случае показывается вот такая кнопка:




Если в сети никого нет, показывается другая кнопка:



В последнем случае пользователю предлагается оставить сообщение, **которое**, как и в случае со страницей ЧАВО, получает администрация проекта. Если запрос пользователя относится непосредственно к какому-то домену, он будет перенаправлен владельцу домена.

При нажатии на кнопку открывается новое окно, где пользователь указывает, к какой из служб он обращается:



Далее происходит соединение со службой поддержки, где пользователь получает ответы на свои вопросы в реальном времени. Члены службы поддержки набираются из добровольцев – опытных организаторов, владельцев доменов и авторов игр. Участники иногда не понимают, что служба глобальная, то есть в неё обращаются игроки со всех доменов и отвечают организаторы из различных городов. В этом случае пользователю даются пояснения, как устроена служба: в ней даются ответы на вопросы, актуальные вне зависимости от домена прописки участника.

Все вопросы и ответы логируются и просматриваются администрацией проекта.

Если вы были приглашены в Глобальную службу как оператор:

1. Скачайте клиент службы: <http://www.providesupport.com/downloads/index.html>
2. Логин и пароль для доступа к клиенту получите у im'a <http://world.en.cx/UserDetails.aspx?uid=1>

Осуществляя поддержку участников, помните, что любой может представиться кем угодно (указать любой никнейм в проекте), поэтому по умолчанию считайте любого обратившегося просто гостем. Если вам требуется подтверждение личности обратившегося – просите, чтобы вам писали на **внутреннюю EN-почту**.

Сувенирка

Не скупитесь на изготовление сувениров. Мы, как владельцы Товарного знака Encounter, разрешаем использовать логотип “Encounter” без каких либо ограничений. И не берём плату за это.


Куда наносить логотип? Ну, в общем-то, куда угодно...

У вас в наличии всегда должны быть МАЙКИ, ФУТБОЛКИ, КЕПКИ с логотипом игры. Причём всё это желательно иметь в различных цветовых решениях и размерах. Сувенирная продукция с логотипом игры может и должна быть в призовом фонде игры. Многие делают специальные жетоны (как в армии) с логотипом и ID участника. Сувенирная продукция пригодится и в том случае, если ваш домен выступает спонсором какого-либо мероприятия или действия в городе.

Вы вернёте свои затраты на изготовление сувенирки и возможно что-то заработаете на этом, но бóльшая польза будет заключаться в том, что люди будут демонстрировать логотип и адрес вашего домена окружающим.

Через [“Произвольные страницы”](#) вы можете сделать отдельную страничку, на который сделаете каталог всей имеющейся у вас в продаже продукции.

Наклейки всегда заказывайте с переносной плёнкой (переноской) – без неё приклеивание наклейки превращается в сущий ужас...

A close-up photograph shows a person's hand peeling a white sticker from a blue and white patterned background. The sticker is being lifted, revealing a white adhesive layer underneath. An arrow points from the word 'переноска' to this white layer.

переноска

Лояльность

Чтобы участники оставались в проекте, их нужно любить, холить и лелеять. А ещё их можно просто привязывать к проекту, чтобы они никуда не делись.

Многое для этого делается централизованно: очки, звания, послужные списки, ордена. Все эти вещи в большей или в меньшей степени привязывают участника к проекту и повышают лояльность к сети в целом. Но есть нечто, что делать централизованно не получится: уделять внимание каждому участнику лично. Поэтому уделение этого внимания ложится на региональных организаторов.

Что значит уделять внимание?

- Выслушивать комментарии, замечания по проходящим играм. Вникать в проблемы, связанные с участием в играх, помогать их решать.
- Поздравлять участников с днями рождений, вручать всякие ништяки с логотипом игры в качестве подарков. Особенно хорошо, если в день рождения проходит игра, на брифинге перед игрой публично поздравить именинника и вручить презент.
- Приветствовать новых участников, расспрашивать их о впечатлениях от первой игры. Очень важно, чтобы новая команда сразу почувствовала, что ей рады и что организатору есть до неё дело: организатор звонит в процессе игры, спрашивает, как идут дела, интересуется, нет ли вопросов по движку игры. Подсказок дополнительных никаких не давать – принцип равных условий должен быть соблюден.

В известной мере “мы в ответе за тех, кого приручили”. Владелец домена – это лидер, человек, к которому прислушиваются. Став им, с честью и достоинством несите это звание!



Рейтинг и Бонусная программа

Для того, чтобы адекватно оценивать заслуги Владельцев доменов, мы придумали Рейтинг доменов. Он исчисляется в звёздах, и максимальный рейтинг – семь звёзд. Визуально рейтинг показывается в левом верхнем углу вашего домена: ★★★★★★ - так, например, отображается рейтинг 6-звёздочного домена.

Рейтинг учитывает активность домена за последние 90 суток, и обновляется по понедельникам.

В зависимости от текущего рейтинга мы раздаём различные бонусы владельцам доменов. Каждый месяц начисляются игровые очки, которыми владелец домена может наградить организаторов домена или участников.

Ордена выдаются один раз в год, исходя из рейтинга домена по состоянию на 1 января.

Бонус / Рейтинг домена	1	2	3	4	5	6	7
1 раз в месяц игровые очки	-	10	15	20	25	30	50
Скидка на размещение сквозной рекламы	-	-	5%	10%	15%	20%	30%
Скидка на рассылку всем участникам по EN-почте	-	-	-	-	5%	10%	20%
1 раз в год в распоряжение ВД орден I степени	-	-	-	-	-	-	1
1 раз в год в распоряжение ВД орден II степени	-	-	-	-	-	1	1
1 раз в год в распоряжение ВД орден III степени	-	-	-	-	1	1	1

Организационный штаб

После регистрации домена вы получите доступ в **Оргштаб**. Это место, где общаются Владельцы доменов, организаторы и авторы игр. Там вы сможете задать вопросы опытным организаторам, идейным лидерам проекта. Оргштаб периодически посещается Администрацией сети Encounter, там мы даём публичные ответы на публичные вопросы. Кроме того, в Оргштабе есть еще дополнительные статьи, освещающие различные аспекты организаторской деятельности:

- О легальности
- О бренде
- О социальной функции
- О взаимоотношениях с конкурентами
- О безопасности и ответственности
- О помощи пострадавшим и благотворительности
- Об орденах
- О развитии ПО и списке задач
- О технических коллапсах
- Об извлечении прибыли
- О виртуальных корпоративных играх
- О поиске партнёров и спонсоров
- О регистрации организаций РФ

На пути к успеху

Как и любое важное и большое дело, ваше предприятие требует вложений. Вкладывать нужно время и усилия – или эквивалент этих двух понятий – деньги. Время не равно деньги, как принято считать, деньги = время + усилия. Часто спрашивают: *“Какой необходим капитал, чтобы запустить проект в городе?”*

Всё зависит от ваших целей. Одно дело, если вы делаете игры для узкого круга знакомых вам людей - готовой аудитории; другое дело – если рассчитываете выйти на городской уровень. Если цель организации игр – извлечение прибыли, вложиться во всех смыслах придётся порядочно. Если у вас есть стартовый капитал, вкладывайте деньги. Если нет – вкладывайте своё время и усилия. Многие организаторы начинают с нулевым капиталом.

Эпилог

Чтобы добиться успеха в деле организации городских игр, как и в любом другом деле, нужно быть умным. Бывает конечно и так, что в силу каких-то обстоятельств глупый человек, то есть человек с плохо развитым мышлением, оказывается успешен – просто потому, что вклинился в нужное место в нужное время. Но в общем и целом – умный человек, относительно глупого, эффективнее, то есть с меньшими энергетическими и временными затратами достигает свои цели.

Безусловно, тема развития мышления уже не вкладываются в рамки данной презентации, поэтому я написал другую, отдельную публикацию, которая называется “**Как стать умнее?**”. Кому интересен ответ на этот вопрос – добро пожаловать на getsmarter.ru.

Успехов в ваших начинаниях!

