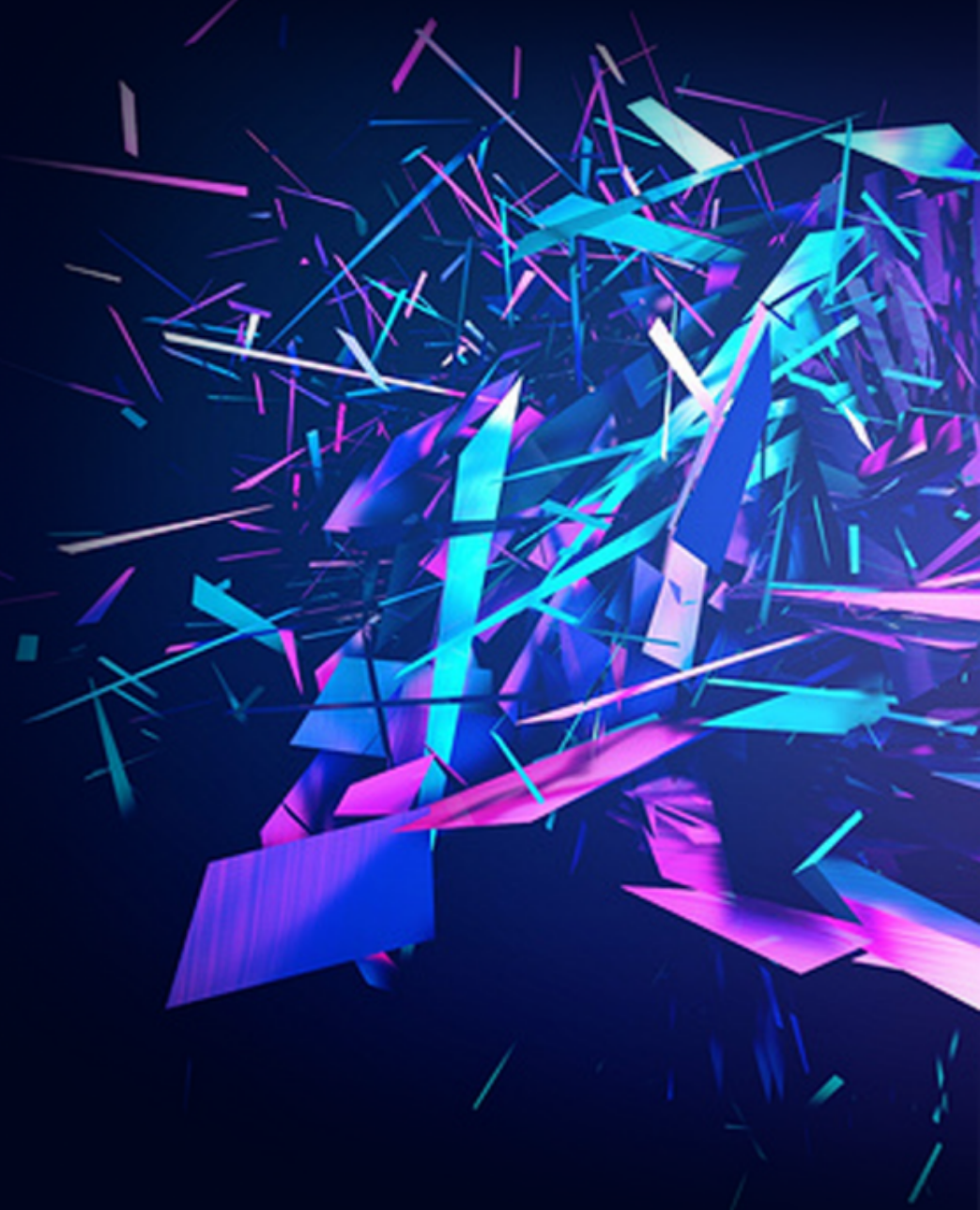


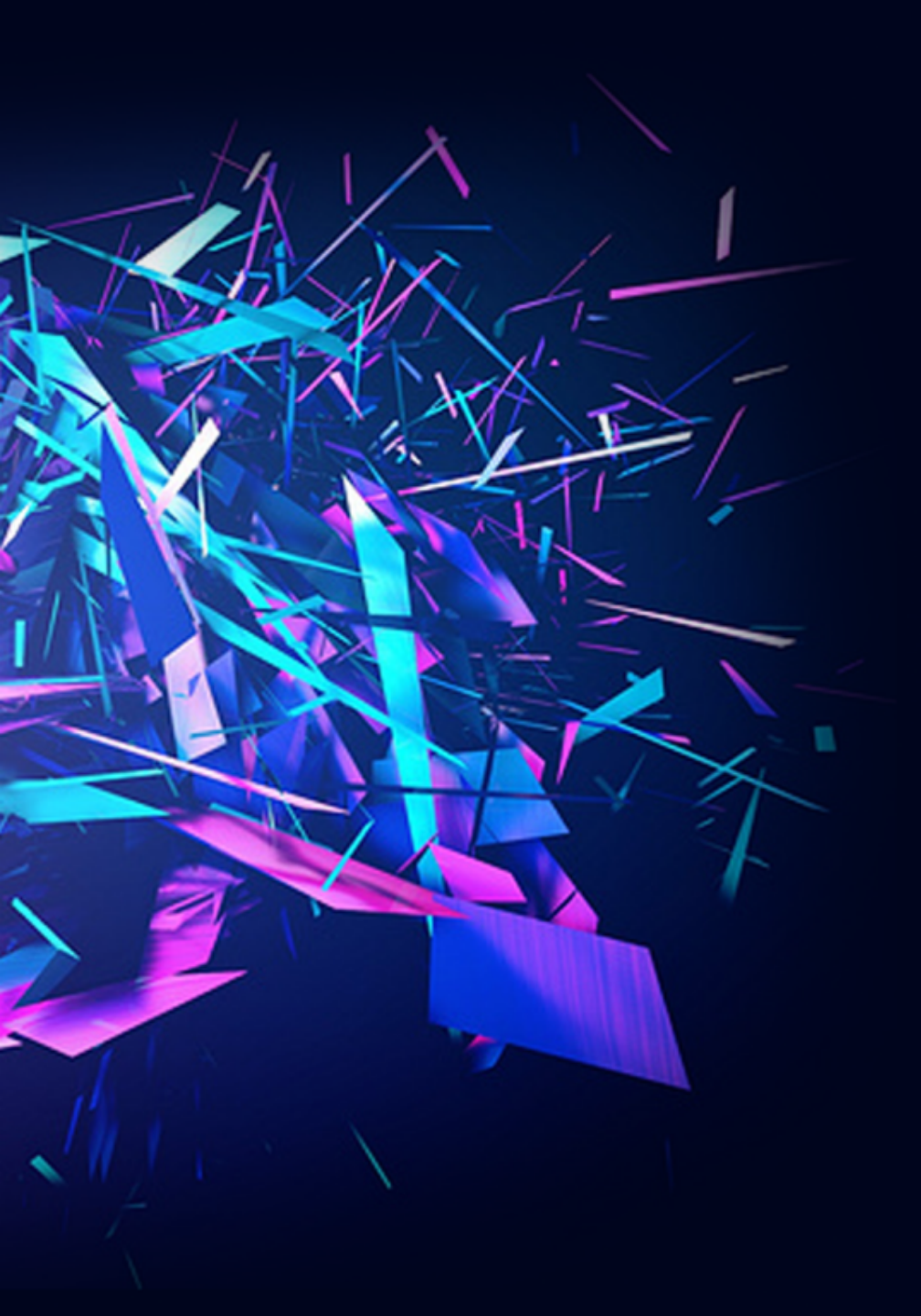
2017

PMCon产品经理千人峰会

游戏化产品设计的7种模式

陈世欣 芝麻学社Ahaschool COO





目录

CONTENTS

- >> 1 游戏化思维和机制
- >> 2 游戏化设计的7种模式
- >> 3 游戏化设计的5个步骤
- >> 4 游戏化设计的5个层级

1

游戏化思维和机制

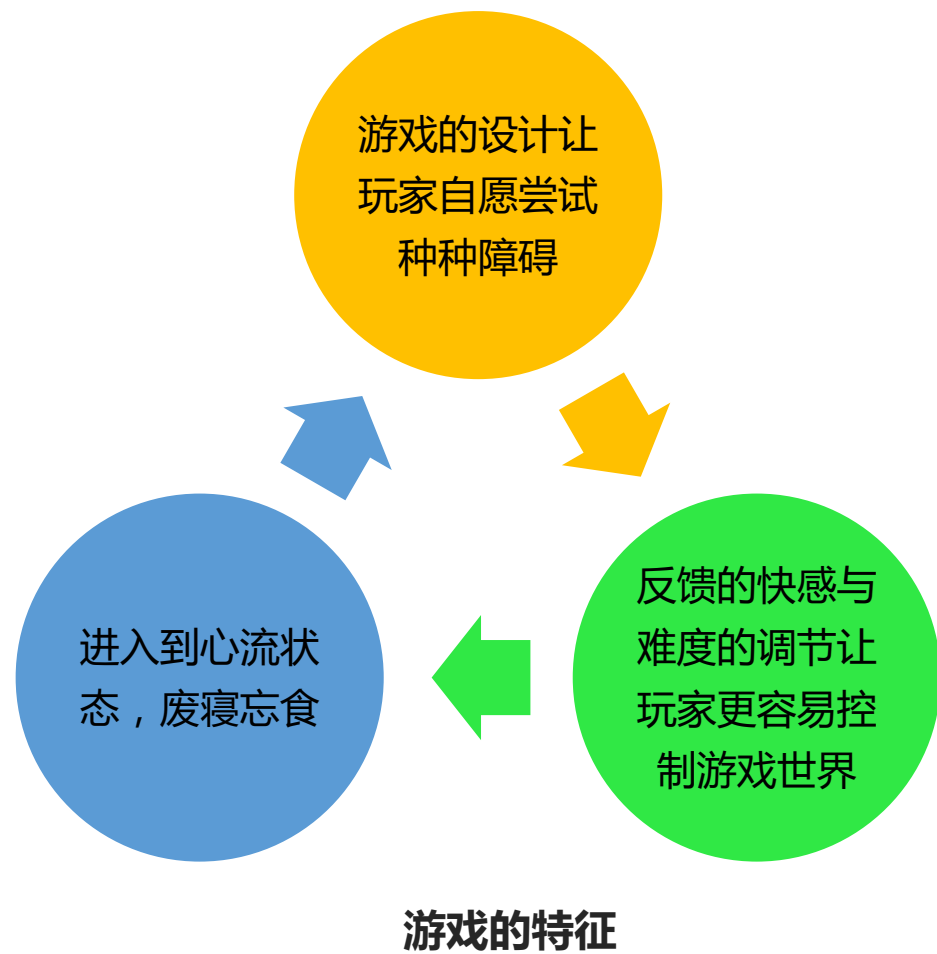
非游戏环境中将游戏的思维和游戏的机制进行整合运用，以引导用户互动和使用的方法。



游戏化思维



游戏化机制



利用现有的资源
创建出引人入胜的体验，
从而驱动参与者做出你想要的行为。

七个核心游戏机制

徽章
等级
排行榜
进度条
虚拟货币
奖励/交易和礼物
用户之间的挑战

7 Core Game Mechanics



Badges



Levels



Leaderboards



Progress Bar



Virtual Currency



Awards, Trading and Gifting

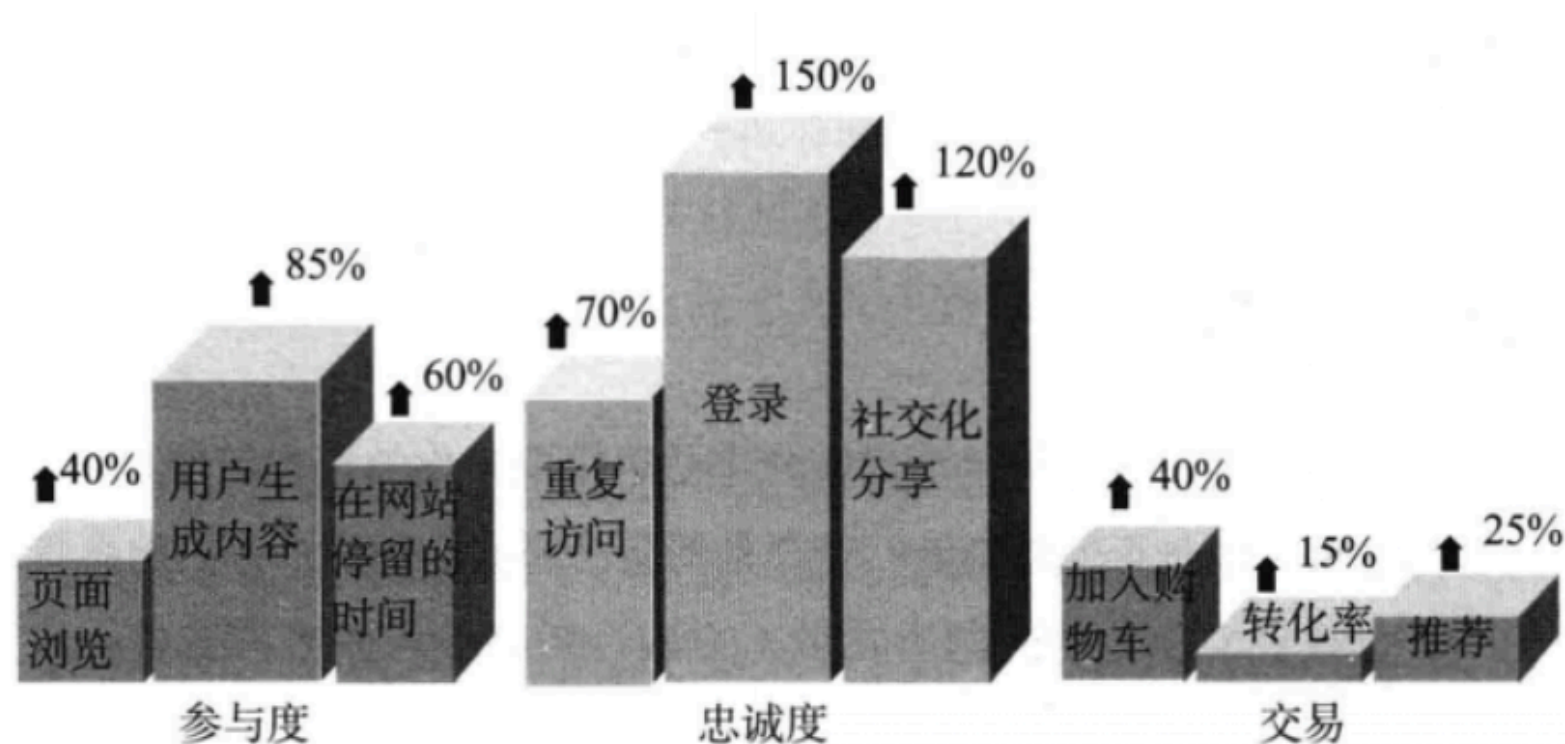


Challenges between Users

其他游戏机制

快速反馈
透明度
目标
积分
成就
入门
竞争
合作
社区

1. 增加受众参与度、忠诚度和乐趣，提高交易转化率
2. 影响用户使用时的心理倾向
3. 促进用户的参与与分享
4. 加强客户、员工与公司之间的互动和联络



资料来源: Illustration by Wiley, Composition Services Graphics

用户激励体系

1. 用户等级制度
2. 社区金融体系
3. 用户任务系统
4. 用户权限系统
5. 互动
6. 展现

23767
积分

23502
经验

42
金币

1
威望

90
碎银子



2

游戏化设计的7种模式

挑战赛

通常是有现金奖励的，高调公开的比赛

快速反馈系统

借助快速反馈，比如得分，实施塑造用户行为

收集与奖励

收集特定徽章或物品，换取奖励

模拟与发现

用于教学目的，让用户在游戏中发掘新的点子，模型和方案；

身份(或地位)马拉松

是由阶梯式身份（地位）成长和奖励组成的长线体系；

商业博弈

依赖于一套包含了市场和拍卖行，虚拟或真实的经济系统形成的博弈

表现与表达

这类游戏用于在用户当中促进创造力，个性化和情感满足；

挑战赛

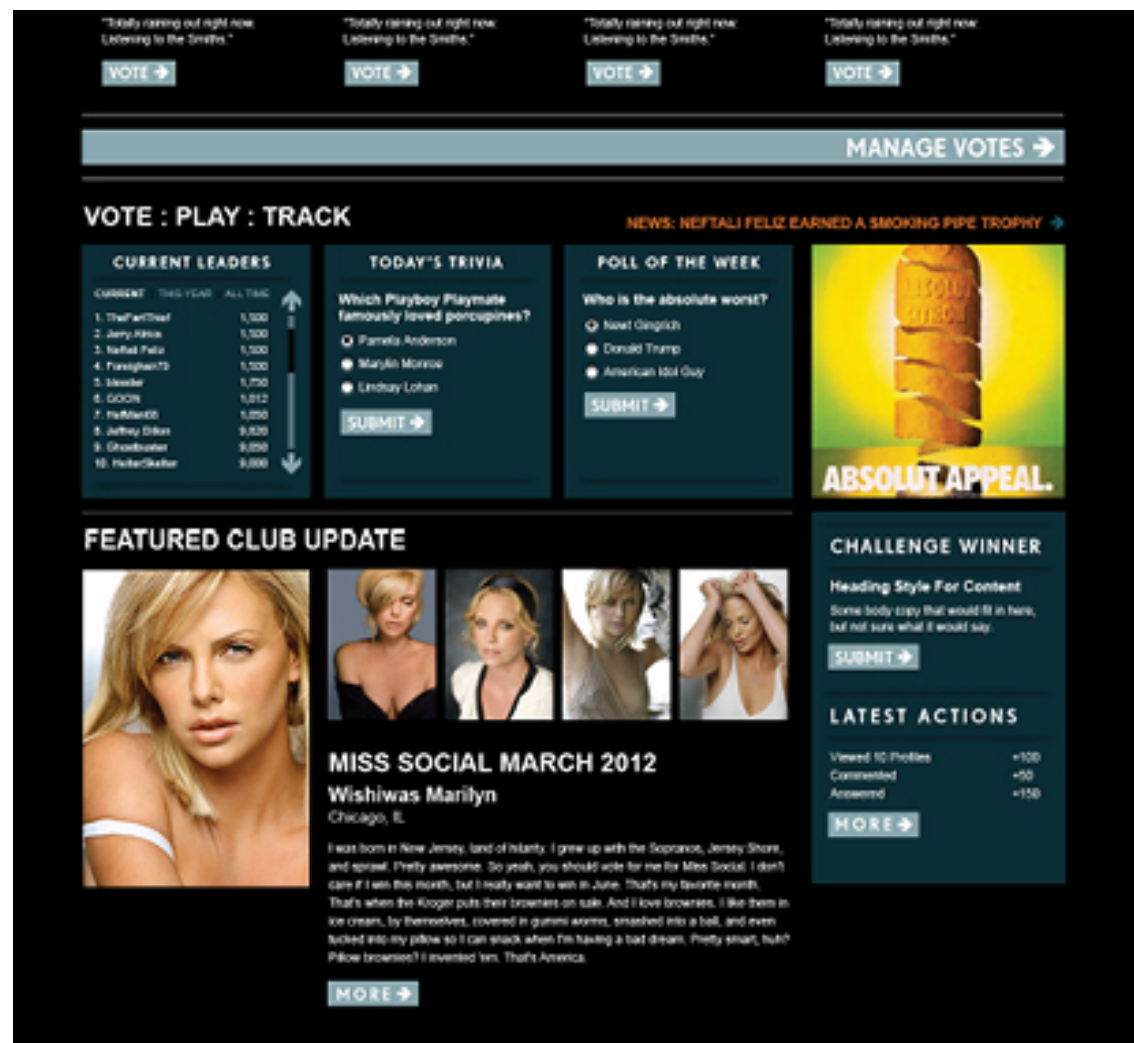
结果

85 % 的参与率

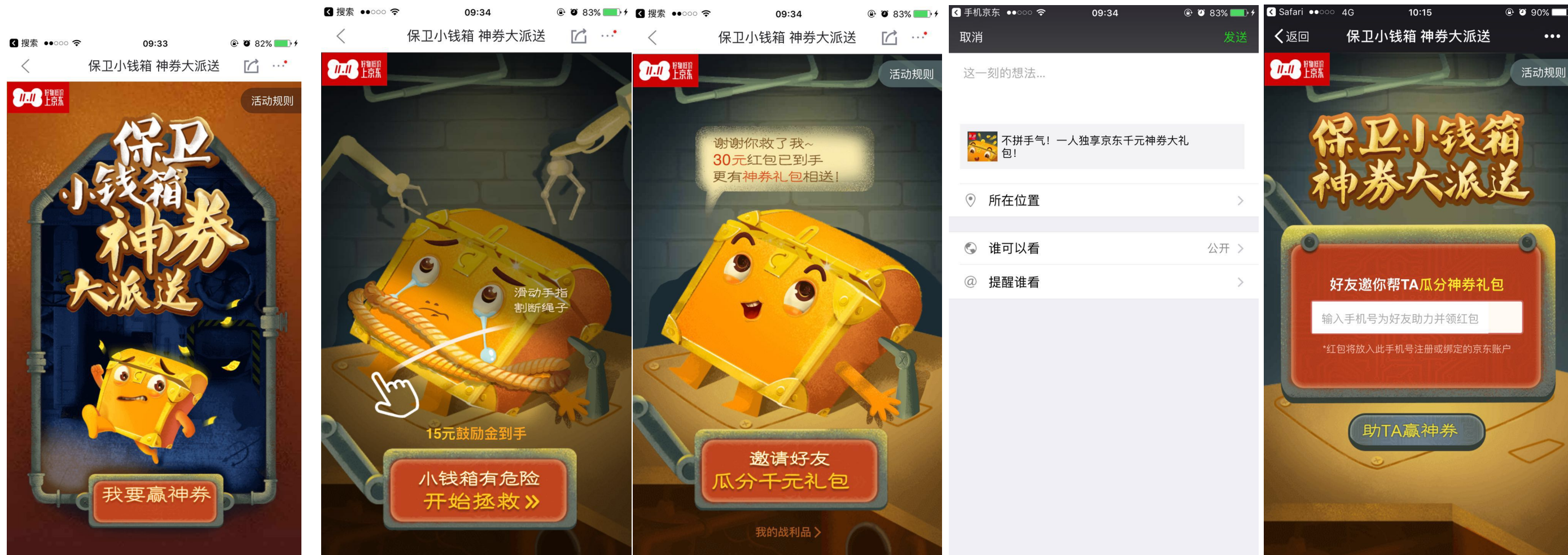
2010年12月 –
2011年3月, 增加了
活跃用户
80,000

下个月收入增加了
60 %

在4个月内增加了一
倍的用户



快速反馈系统



快速反馈系统

Who's Viewed Your Profile?

12 Your profile has been viewed by 12 people in the past 7 days.

18 You have shown up in search results 18 times in the past 7 days.

Your LinkedIn Network

431 **Connections** link you to 7,022,394+ professionals

20,549 **New people** in your Network since March 16

Add Connections

95% profile completeness

Complete your profile quickly

Import your résumé to build a complete profile in minutes.

Profile Completion Tips (Why do this?)

Add your summary (+5%)

添加联系人

完成

为您推荐 77 位联系人

Andy Tan
Senior Engineer at Beijing Yifeng Tech
建立联系

Bernard Lee
Engineer
建立联系

Bin Zhai
Design Manager at 9YOU (www.9you.com)
建立联系

Bowei Zheng
Attended Fudan University
建立联系

bun leung
Student at 上海大学
建立联系

chao xiang
Interaction Design Manager, Baidu Music Business Unit, Baidu Inc.
建立联系

chen han
co-founder at the Bla Lab
建立联系

一键邀请所有人

技能图谱 (23)

编辑

添加技能

E-commerce 36

Agile Methodologies 33

Linux 19

Python 17

JavaScript 13

MySQL 12

C++ 7

PHP 7

Programming 5

Product Development 3

2,598 位联系人

扫一扫

邀请

刘茜
平面设计师 - 济南群乐商贸有限公司
1 位共同联系人

Bill Chen
Ascender
239 位共同联系人

查看全部 153 个邀请

猜您认识

全部 校友 同事 同行

leslie wen
Ruby Programmer at eDoctor
2 位共同联系人

Du Leo
duliuyan@gmail.com

阮炳生

首页 职位 人脉 消息 我

收集与奖励



收集与奖励



模拟与发现



模拟与发现



获得奖励



僵尸追逐

200

200个待完成
任务



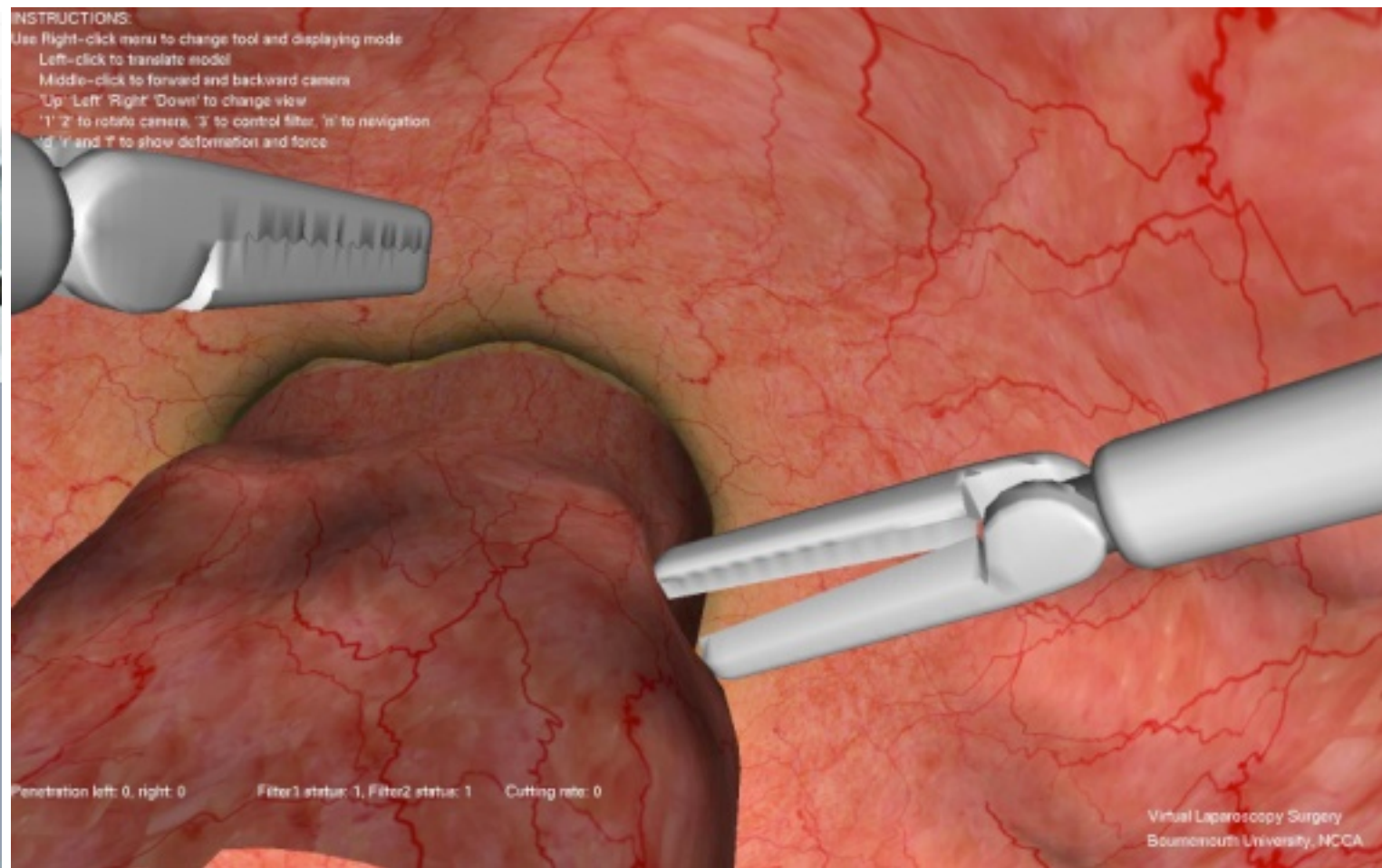
收集材料，
重建基地



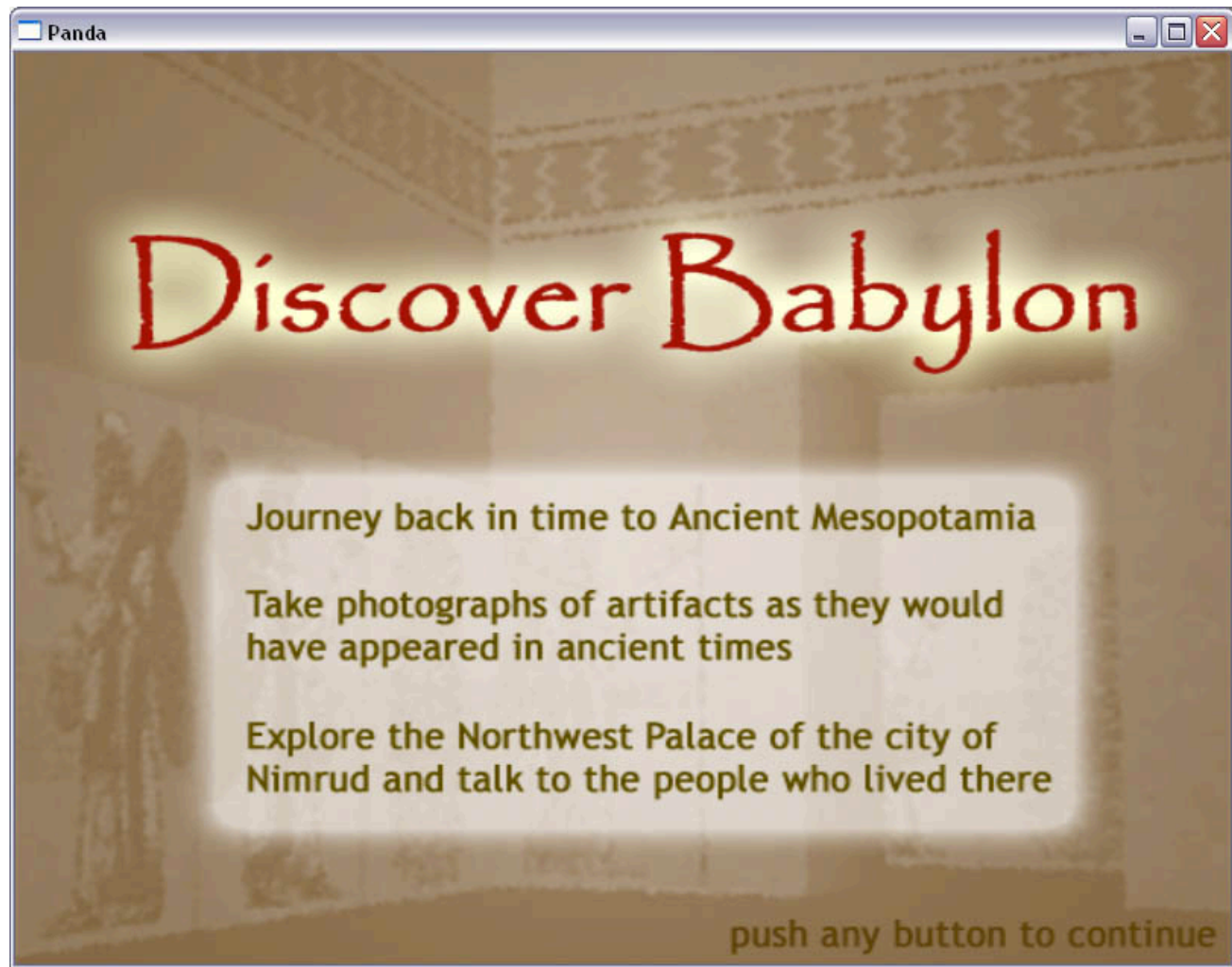
模拟与发现



模拟与发现



模拟与发现



身份和地位马拉松 快速反馈系统

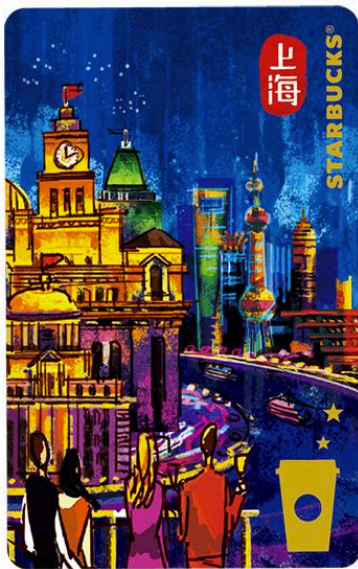
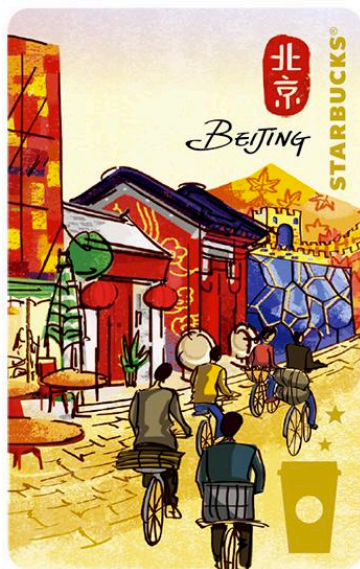


游戏化元素

快速反馈
透明度
目标
积分
成就
升级
入门
竞争
社区

身份或地位马拉松 收集与奖励

STARBUCKS®



注册帐户 WELCOME LEVEL 5★ = 玉星级 GREEN LEVEL 我的等级: 25★ = 金星级 GOLD LEVEL

金星级 Gold Level

恭喜, 您已成为金星级会员! 即可体验金星级会员更多好礼升级享用!

金星级会员好礼: [点击查看更多好礼](#)

- 专属金卡: 将寄至您的注册邮寄地址。
- 一张生日邀请券: 在您的生日当月, 您将获赠一杯中杯饮料。
- 咖啡邀请券 (买三赠一): 单张收银条中每含三杯手工调制的饮料, 您就可以得到一张咖啡邀请券。
- 一张周年庆邀请券: 为庆祝您的帐户周年您将可获得一张周年庆邀请券, 您将获赠一杯中杯饮料。
- 咖啡邀请券: 每购买10次您就可以得到一张咖啡邀请券 (您现在只需要再购买1次, 就可获得一张咖啡邀请券)

目前积累的星星数
270

[查看更多](#)

1:28 pm 81%

星享俱乐部 关联星享卡

金星级 >
直至 2016/10/31

再消费
9
次获赠一张咖啡邀请券

目前星星数27

消费记录
东莞常平星汇店
2014/11/1

星享好礼

亲友邀请券 (买一赠一)
到期日 2015/1/29

亲友邀请券 (买一赠一)
到期日 2015/1/29

金星级会员(Gold Level)



集齐25颗星, 立即升级为金星级会员。马上行动, 更多金星级会员好礼等您享用哦!



专属金卡: 将寄至您的注册邮寄地址。



一张生日邀请券: 在您的生日当月, 将获赠一杯中杯饮料。



咖啡邀请券 (买三赠一): 单张收银条中每含三杯手工调制的饮料, 您就可以得到一张咖啡邀请券。



一张周年庆邀请券: 为庆祝您的帐户周年您将可获得一张周年庆邀请券, 您将获赠一杯中杯饮料。



咖啡邀请券: 每购买10次您就可以得到一张咖啡邀请券。



商业博弈 模拟与发现



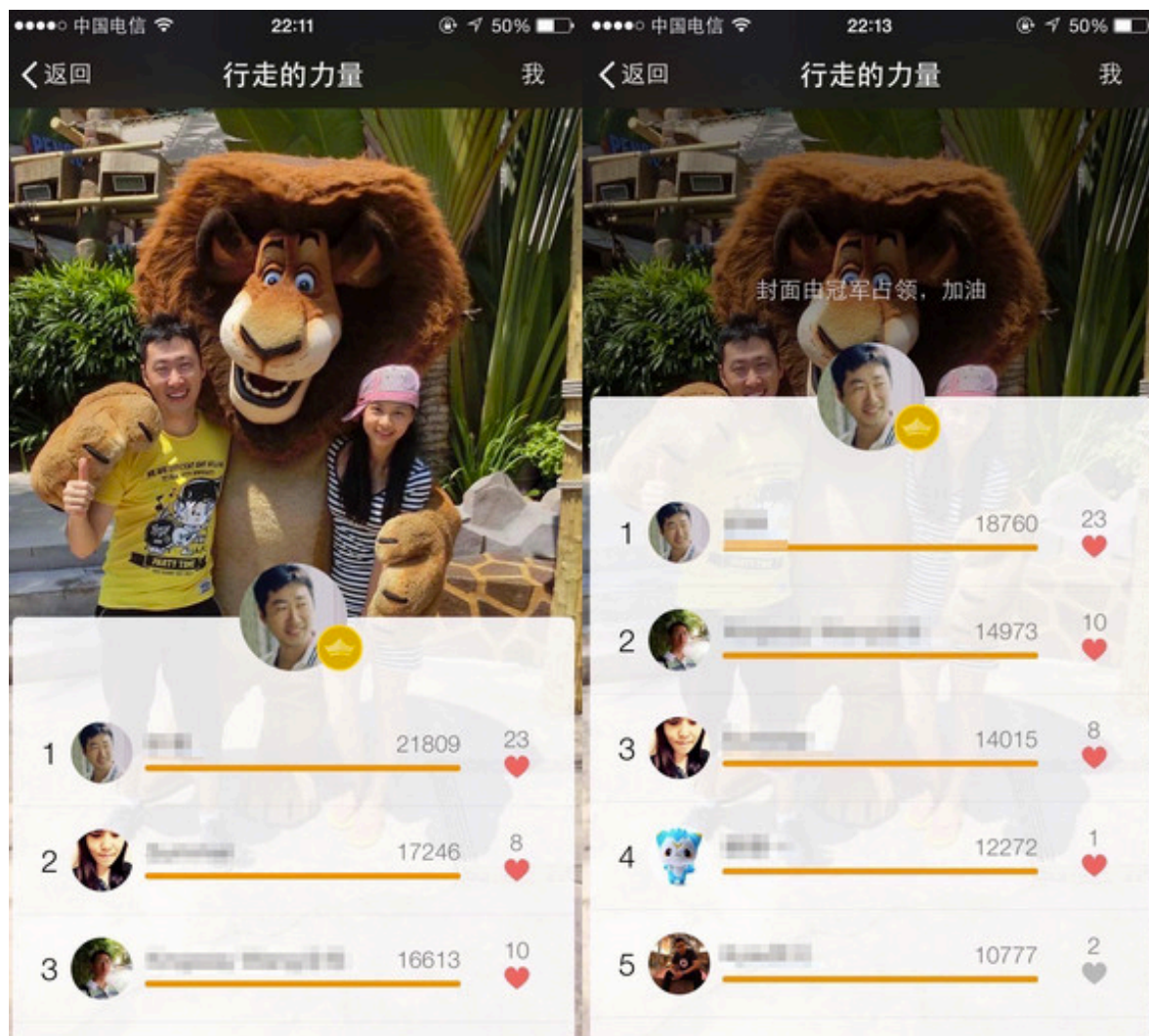
表现与表达



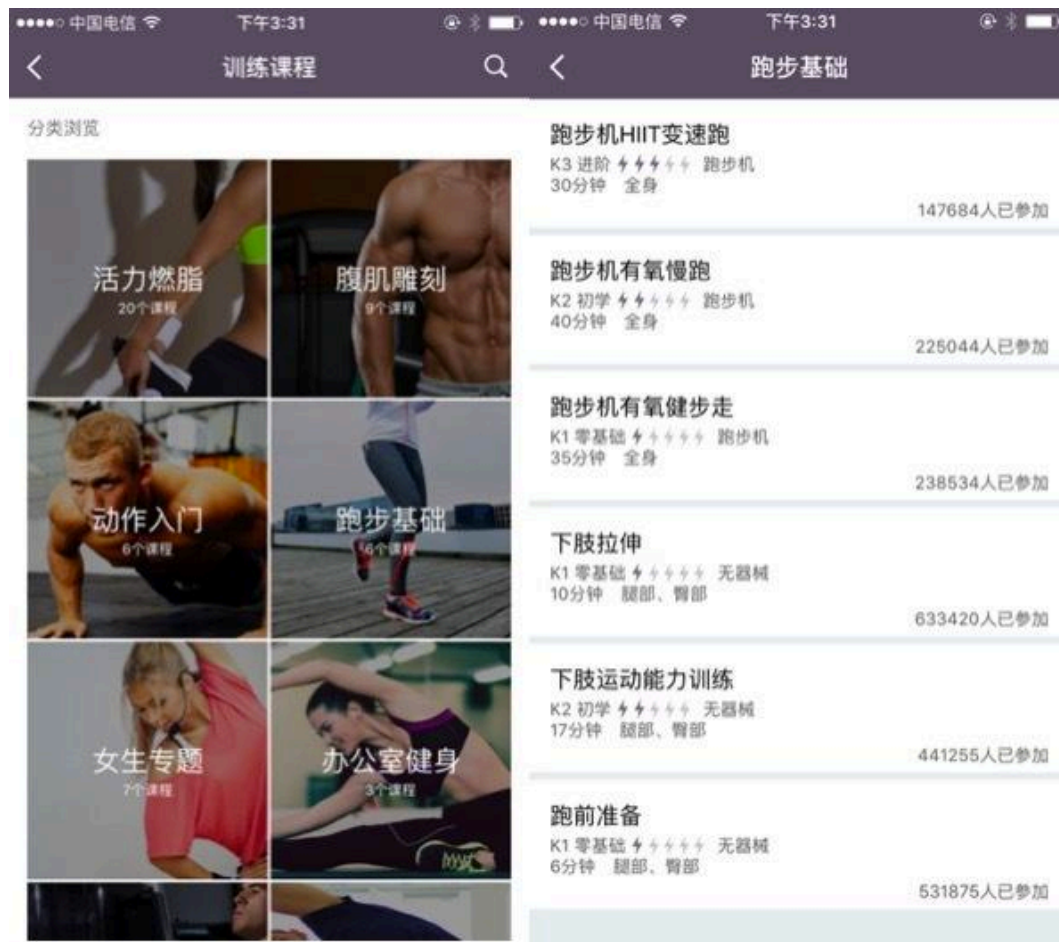
表现与表达



表现与表达



表现与表达



3

游戏化设计的5个步骤

1.明确商业目标 (DEFINE business objectives)

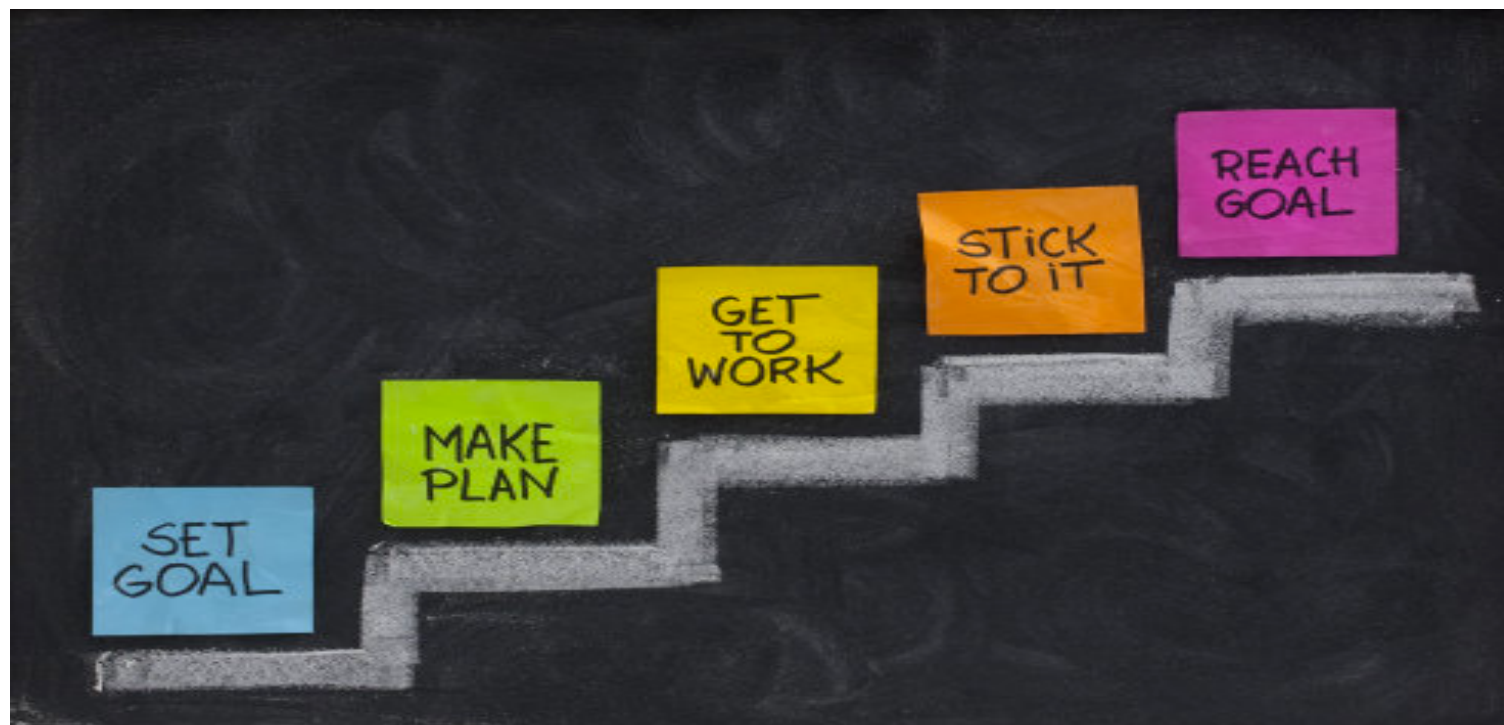
2.划定目标行为 (DELINEATE your target behaviors)

3.设计玩家类型 (DESCRIBE your players)

4.设计动作闭环 (DEVISE activity cycles)

5.设计可玩点！ (DON' T forget the fun!)

- 明确的游戏化系统针对的特定目标
 - 提高客户忠诚度
 - 建立品牌忠诚度
 - 提高员工的工作效率



- 专注于所期望的用户行为
- 设计指标衡量这些行为
- 目标行为应当能促进之前定义的最终商业目标
- 在内部计算用户不同行为的相关价值点数
- 把可影响用户的目标行为点数实时反馈
- 用户行为点数应与用户对企业的贡献价值一致
- 随时准备修正点数的设置



Step3 : 设计玩家类型 (DESCRIBE your players)

成就者 (achievers)

喜欢不断地升级或不停地获取徽章；

探险家 (explorers)

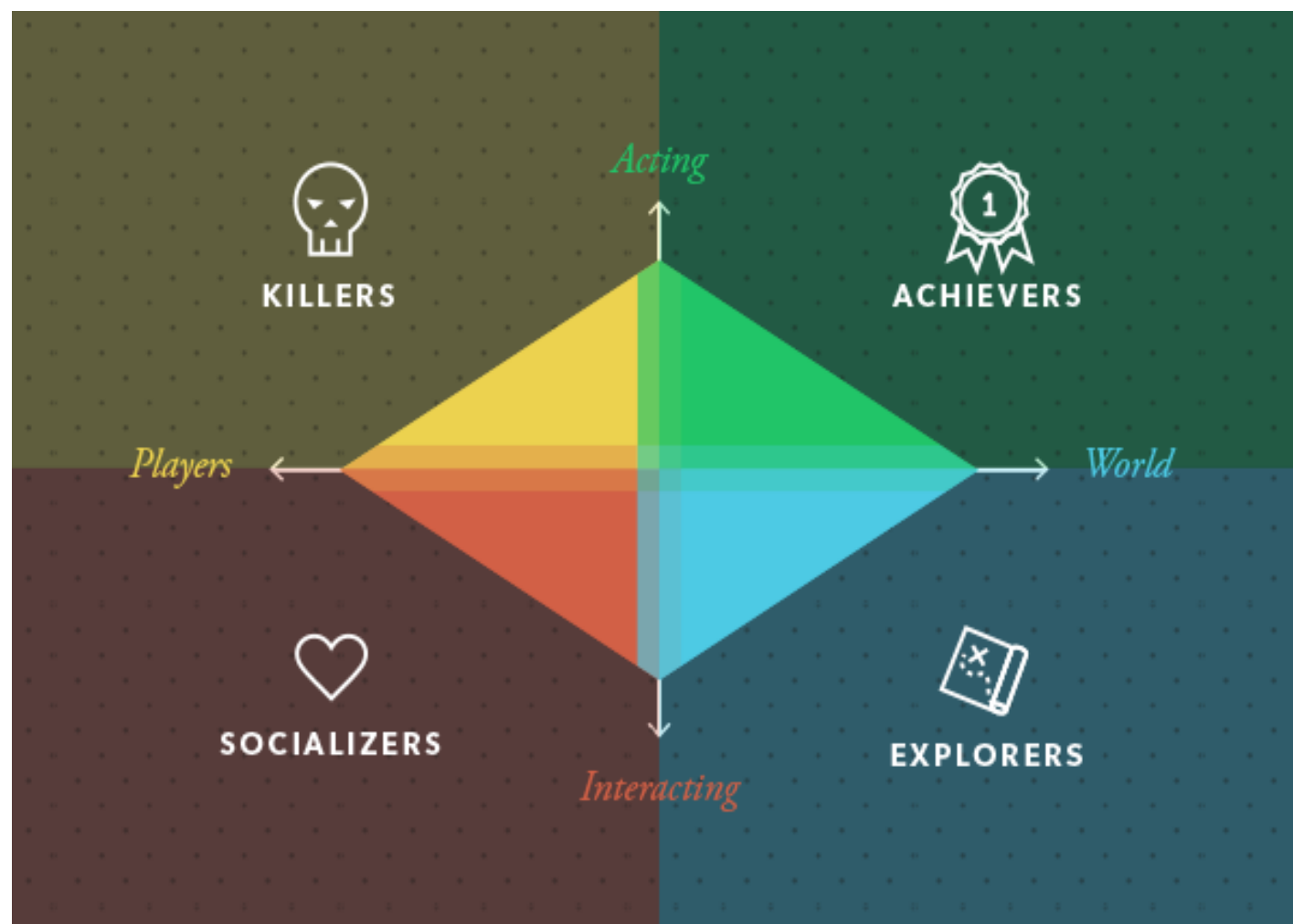
乐于探寻新的内容；

社交家 (socializers)

喜欢与朋友在线互动；

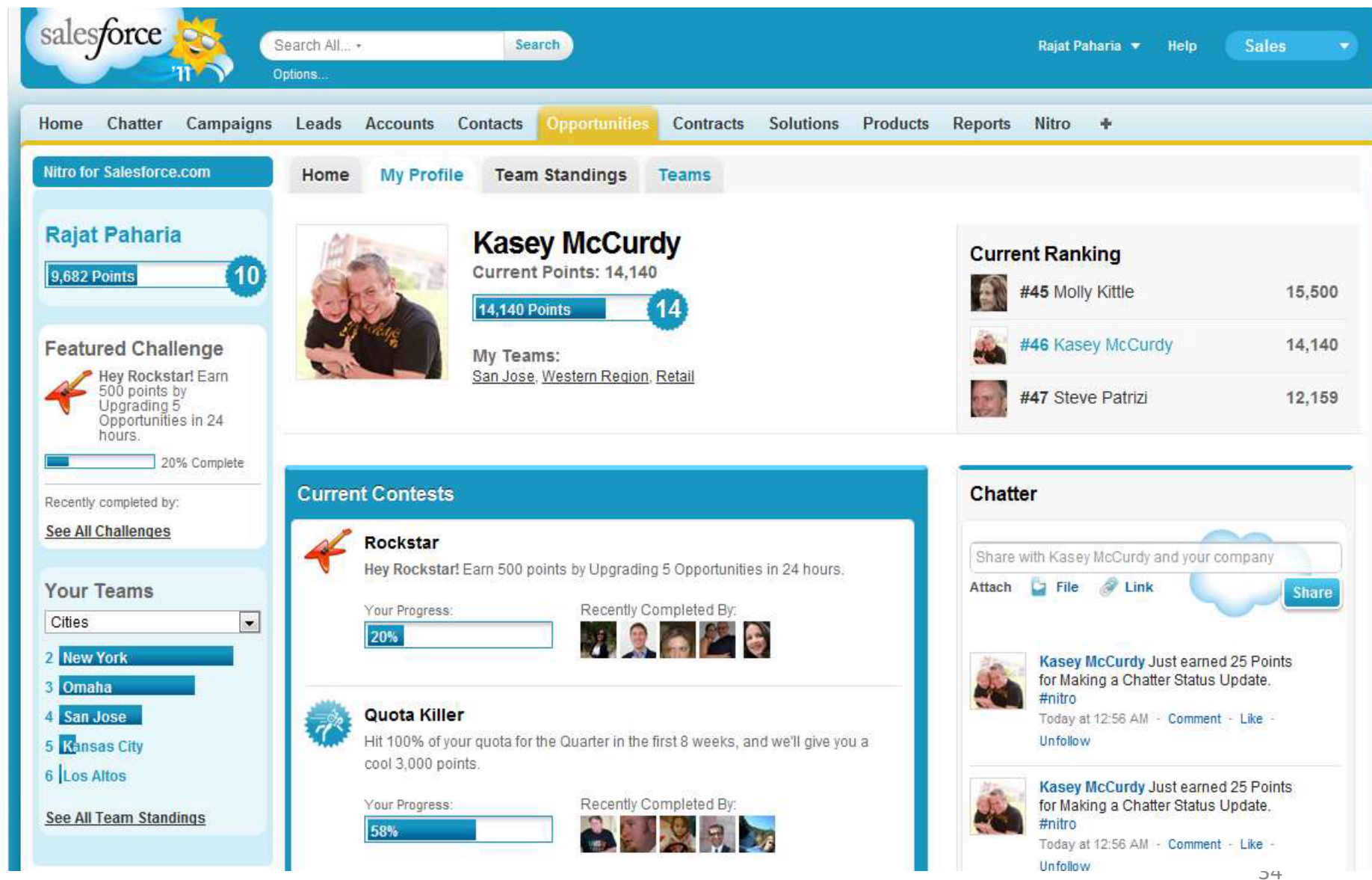
杀手 (killers)

希望通过获胜的方式，将自己的意志强加于他人。



Step4 : 设计动作闭环 (DEVISE activity cycles)

- 生命周期管理
 - 为各阶段用户提供不同兴奋点
- 将微观行为模式化
 - 设计用户动机
 - 引导用户行为
 - 系统对用户行为的可见反馈
- 以进阶来设计用户的旅程
 - 体验不断变化
 - 挑战的难度增加
 - 升级所需要的时间和经验值



- 不断评估系统对用户的有趣性
- 乐趣是依赖于特定的游戏情境的。
- 不同的人喜欢不同的乐趣，用户喜好会变。
- 最好给用户提供一个广阔的乐趣范围
 - 挑战之乐 (hard fun)
 - 放松之乐 (easy fun)
 - 认真之乐 (serious fun)
 - 社交之乐 (people fun)



4 游戏化设计的5个层级

顶层为“规则”

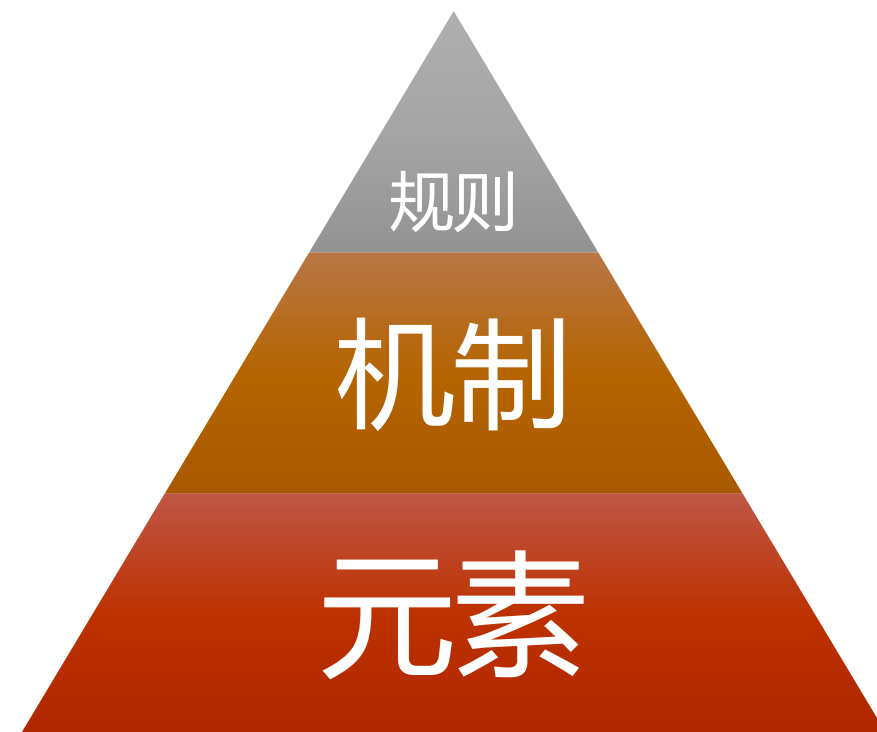
包括：限制，情绪，描述，进度，关系

中间层为“机制”

包括：快速反馈、透明度、目标、积分、成就、升级、入门、竞争、合作、社区

底层为“元素”

包括：分数，等级，头像，徽章，挑战，机会，奖励，交易，轮换，胜利，收集，战斗，解锁，礼物，排行榜，路径，社交图谱，组队，虚拟物品。



目的：促活老用户，刺激推荐新用户。

游戏规则：

限制 - 每日仅限1次，每次30秒钟；
可以推荐新用户获得更多次数

游戏机制：

挑战 - 切水果

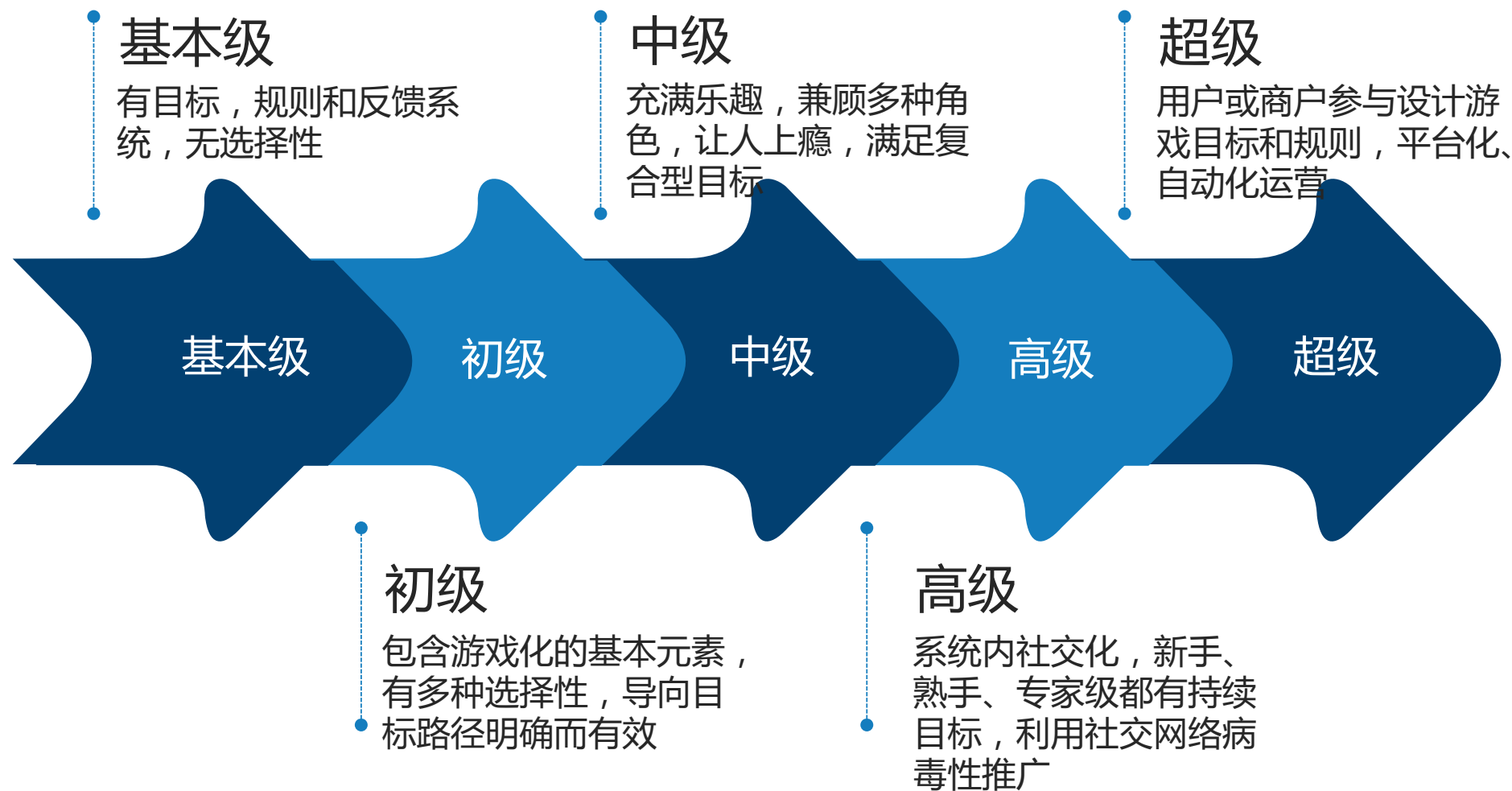
奖励 - 赢得分数

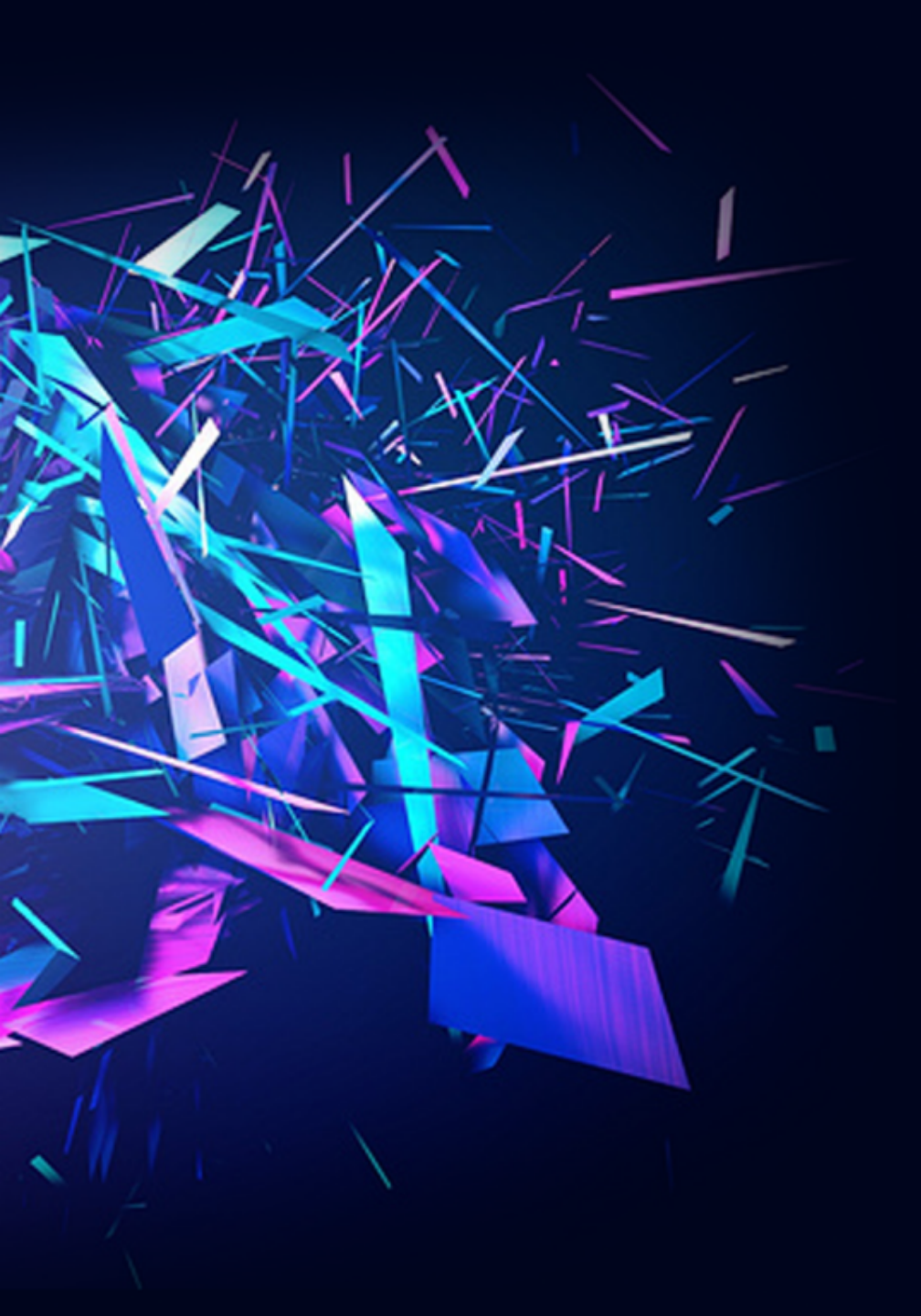
机会 - 可能打出双倍得分

游戏元素为：

分数，等级，解锁，成就等。







感谢聆听！