

Zasady Rozgrywki „E-commerce story”

Gracze rywalizują, tworząc najbardziej przekonującą i skuteczną narrację marketingową, aby przeprowadzić klientów przez etapy lejka sprzedażowego: Świadomość, Zainteresowanie, Rozważanie i Zakup. Celem gry jest zdobycie jak największej liczby punktów za udane przeprowadzenie klientów przez wszystkie etapy lejka sprzedażowego.

Rozgrywka

Przygotowanie do gry:

- o Rozdziel karty na trzy stosy według kategorii: Karta Firmy (18 kart), Karta Klienta (16 kart), Karta Scenariusza (20kart).
- o Umieść stosy przodem do dołu na środku stołu.

Rozpoczęcie gry:

- o Gra może być rozgrywana indywidualnie lub w grupie od 2 do 4 graczy.
- o Na początku gry, każdy gracz dobiera zestaw kart, po jednej z każdego stosu, który będzie wykorzystywał w swojej turze.

Przebieg tury:

Dobór kart na początku gry:

- Karta Firmy: Gracz losuje jedną kartę z stosu Karta Firmy, określająca jaką firmę i co sprzedającą się zajmie.
 - Karta Klienta: Gracz losuje jedną kartę z stosu Karta Klienta. Poznaje jakie typu klienta obsługuje.
 - Karta Scenariusza: Na koniec losuje jedną karty z stosu Karta Scenariusza, wskazujące scenariusz do zrealizowania dla swojej firmy i swoich klientów
- o Opracowywanie strategii:
 - Następnie, w trakcie rozgrywki, każdy gracz opowiadają historie, które przeprowadzą klientów przez etapy lejka sprzedażowego:
 - Świadomość, (Celem tego etapu jest przyciągnięcie uwagi potencjalnych klientów do firmy i jej produktów.
 - Zainteresowanie, (Celem tego etapu jest wzbudzenie zainteresowania klientów ofertą firmy.
 - Rozważanie i Zakup. (Celem tego etapu jest skłonienie klientów do rozważenia zakupu i finalizacja zakupu przez klientów.)
 - Gracz musi opracować metody działania, ustalić priorytety rozwiązania poszczególnych problemów i szczegółowo opisać, jak radzi sobie z sytuacją, mając na uwadze zapisane w instrukcji, elementy każdego stopnia lejka.
 - Interakcje: Gracze mogą zadawać pytania lub wprowadzać wyzwania do narracji przeciwników, aby utrudnić im zdobywanie punktów.

Powtarzanie procesu:

- o Po zakończeniu tury pierwszego gracza, następny gracz przystępuje do realizacji tych samych kroków ale już z wyborem nowych kart początkowych. Proces się powtarza do momentu, gdy każdy uczestnik gry wykona określoną liczbę rund lub do wyczerpania kart.

Ocena i punktacja:

- o W grze wieloosobowej, po każdej turze, pozostali gracze mogą oceniać przedstawione strategie, przyznając punkty od 1 do 5 za kreatywność, skuteczność i dostosowanie do klienta.
- o W trybie solo gracz może samodzielnie analizować swoje rozwiązania lub korzystać z zewnętrznego feedbacku, np. od mentorów czy kolegów z pracy.

Zakończenie gry:

- o W rozgrywce wieloosobowej gra kończy się po ustalonej liczbie rund. Zwycięża osoba, która zgromadziła najwięcej punktów.
- o W trybie solo gracz może kontynuować sesję, doskonalić swoje umiejętności w rozwiązywaniu problemów i stosowaniu strategicznego myślenia

Karta oceny

e-commerce
story

1. ETAP ŚWIADOMOŚĆ

Kreatywność

Skuteczność

Dostosowanie
do klienta

Kim jestem i czym się zajmuję?

Jak rozwiązujesz problemy klienta?
(przynajmniej jeden konkretny)

Daj obietnicę (realną) co daje
przebywanie z Twoją marką

2. ETAP ZAINTERESOWANIE

Kreatywność

Skuteczność

Dostosowanie
do klienta

Jakimi tematami pogłębisz
zainteresowanie potencjalnego
klienta?

Jak zaangażujesz obserwujących Cię?

Jaką tematykę będziesz
poruszał w tym etapie?

3. ETAP ROZWAŻANIE I ZAKUP

Kreatywność

Skuteczność

Dostosowanie
do klienta

Jaki problem rozwiązuje Twój
produkt?

Opowiedz coś językiem korzyści
klienta

Jaki serwis pozakupowy oferujesz?

Suma punktów

Propozycje punktacji

Kreatywność:

Jak bardzo unikalna i interesująca jest historia? Punkty od 1 do 5

Skuteczność:

Czy historia jest w stanie zaangażować innych do określonych działań? Punkty od 1 do 5

Dostosowanie do klienta:

Jak duże jest prawdopodobieństwo zrozumienia historii przez klienta? Punkty od 1 do 5