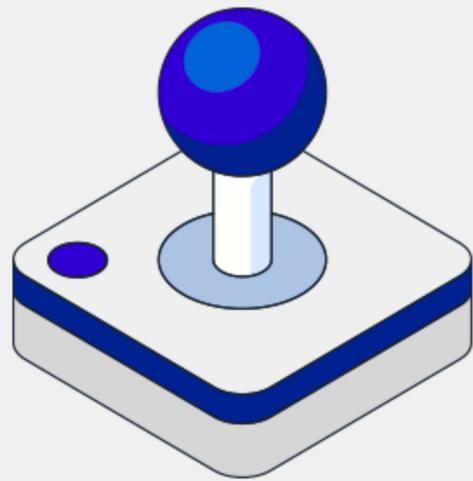
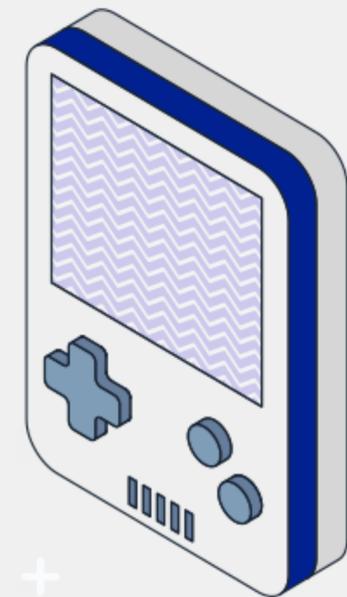


# GAMIFICAÇÃO *de* CLIENTES



redeparcerias.



# INTRODUÇÃO

---

<b>O QUE É GAMIFICAÇÃO?</b>	<b>03</b>
<b>ELEMENTOS PRINCIPAIS DA GAMIFICAÇÃO</b>	<b>06</b>
<b>COMO USAR A GAMIFICAÇÃO PARA FIDELIZAR CLIENTES?</b>	<b>10</b>
<b>ESTRATÉGIAS DE GAMIFICAÇÃO DO CLUBE DE VANTAGENS DO REDE PARCERIAS</b>	<b>13</b>

**P**assar horas tentando superar desafios e alcançar vitórias. Os jogos são uma experiência divertida e que engaja os seus usuários.

Porém, sabia que essa ferramenta também pode ser usada para fidelizar clientes e manter um relacionamento mais próximo com o seu público?

Aproveitando essa tendência, aqui a gente te conta o que é **GAMIFICAÇÃO DE CLIENTES** e como ela contribui para sua estratégia de relacionamento, e também para o sucesso do seu clube de vantagens.

**O QUE É GAMIFICAÇÃO?**

# O QUE É GAMIFICAÇÃO?

**G**amificação é o termo utilizado para definir a aplicação de estratégias de jogos de videogame em atividades diárias visando engajar, facilitar o aprendizado e motivar comportamentos.

O termo foi criado em 2002 pelo programador de jogos Nick Pelling, e aplicado em sua startup, Conundra. O objetivo principal era ter plataformas de entretenimento em dispositivos eletrônicos para os fabricantes. No entanto, muita coisa mudou desde então.

Hoje, o objetivo da gamificação é tornar as atividades mais interessantes e divertidas, incentivando a participação e a colaboração.

Assim, ela capitaliza o desejo humano inato de competir, alcançar metas e ser recompensado, transformando tarefas comuns em **EXPERIÊNCIAS ENVOLVENTES E GRATIFICANTES**. Isso fez com que muitas empresas passassem a buscar por essa estratégia.

Segundo uma pesquisa da Forbes, ainda em 2013, mais de 70% das empresas da sua lista Global 2000 Companies afirmaram que planejavam usar a gamificação para fins de marketing e fidelização de clientes. Além disso, centenas de grandes empresas já lançaram grandes projetos de gamificação.

Dessa forma, aproveite do potencial que a gamificação de clientes oferece e crie estratégias para engajar e divertir os clientes, como forma de aumentar as taxas de fidelização e participação no seu clube de vantagens.

# 70%



# **ELEMENTOS PRINCIPAIS DA GAMIFICAÇÃO**

# ELEMENTOS PRINCIPAIS DA GAMIFICAÇÃO

**S**egundo Gabe Zichermann, autor de diversos livros sobre gamificação, ela pode ser entendida como **75% PSICOLOGIA E 25% TECNOLOGIA**.

Isso significa que, o aspecto mais importante é como o cérebro humano reage quando colocado em situações de busca por recompensas, competição, satisfação em utilizar seus instintos e diversão.

Tendo como base essa informação, é possível traçar alguns elementos principais da gamificação:

## **RESTRIÇÕES:**

Todo jogo possui regras. Quais são? O que é proibido na hora de jogar? Isso evita dúvidas dos participantes;

## **STORYTELLING:**

A arte de contar histórias e narrativas para se conectar com quem participa do jogo ou de alguma comunicação;

## **RECOMPENSAS:**

Oferecer recompensas para os vencedores é essencial, elas podem ser subir de nível, descontos ou mesmo um prêmio físico.

## **EMOÇÕES:**

Quais emoções e sentimentos você deseja despertar? Alegria? Adrenalina? É preciso ter isso claro;

## **RELACIONAMENTO:**

Elemento fundamental para engajar os jogadores;

**RESTRIÇÕES**

**RELACIONAMENTO**

**STORYTELLING**

**RECOMPENSAS**

**EMOÇÕES**



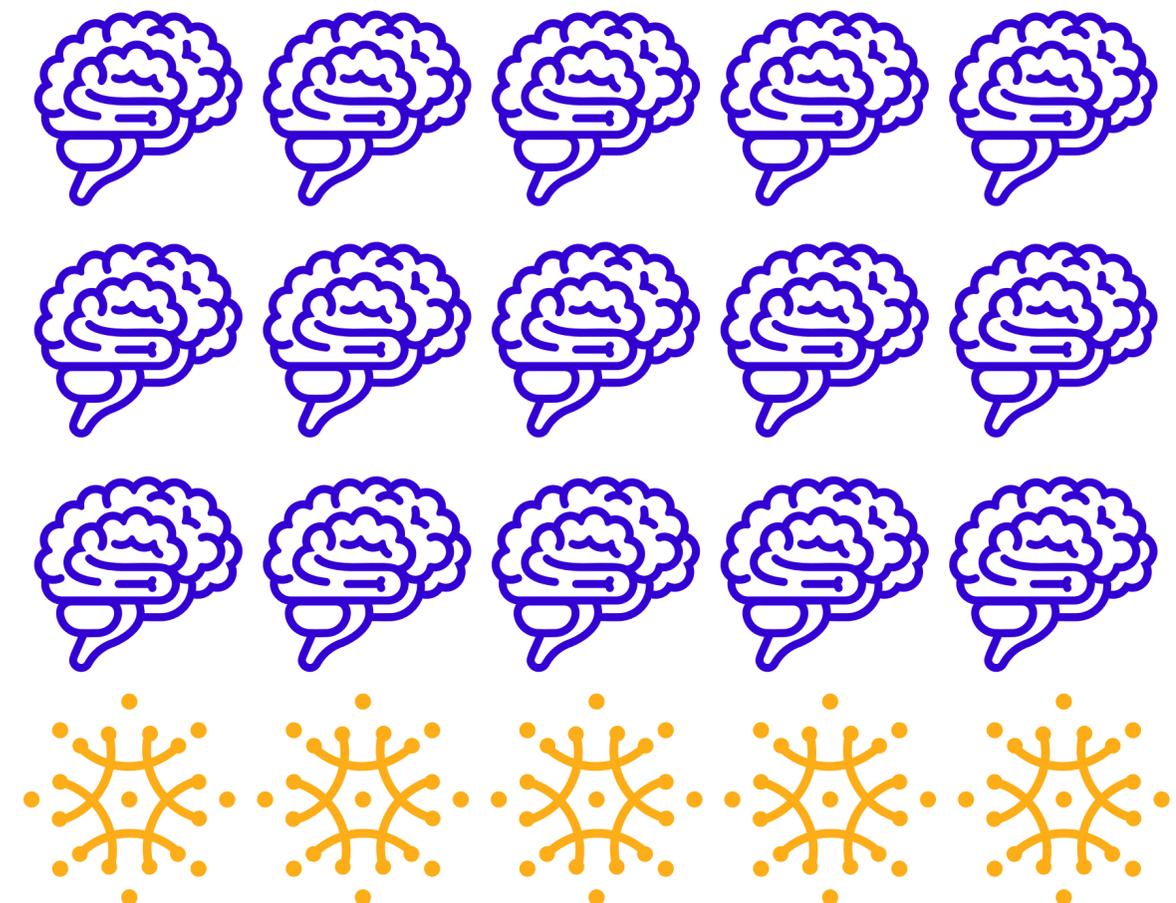
# ELEMENTOS PRINCIPAIS DA GAMIFICAÇÃO

Assim, é essencial que suas ações de engajamento levem em consideração esses pontos, para serem atrativas e conseguirem gerar conexão com os clientes. Hoje, o objetivo da gamificação é tornar as atividades mais interessantes e divertidas, incentivando a participação e a colaboração.

Por fim, não se esqueça sempre de usar a criatividade. Converse com o seu público, entenda suas preferências, mapeie datas comemorativas e use tudo isso para criar ações interessantes e divertidas.



*A gamificação pode ser dividida entre 75% psicologia e 25% tecnologia.*



**COMO USAR A  
GAMIFICAÇÃO PARA  
FIDELIZAR CLIENTES?**

# COMO USAR A GAMIFICAÇÃO PARA FIDELIZAR CLIENTES?

Como já foi dito, no contexto do marketing, a gamificação pode aumentar o engajamento do cliente e promover fidelidade à marca. Assim, separamos algumas maneiras de fazer isso para que você possa aplicar na sua empresa.

De início, é preciso entender que é necessária uma ferramenta para aplicar essas estratégias, sendo 25% de tecnologia que a compõe, como vimos anteriormente. Para facilitar isso, é importante que sua marca tenha o seu próprio programa de fidelidade, como o clube de vantagens, para aplicar a gamificação.

Estando com a ferramenta em mãos, a primeira ação que você pode pensar é em um bônus para o cliente, como a distribuição de vouchers ou cartões-presente para aqueles que são fiéis. Essa ação os incentiva a continuarem com a marca.

Além disso, o próprio acesso ao clube de vantagens também pode ser um bônus. Isso porque ele conta com diversos benefícios que o cliente recebe a mais do que o serviço que contratou.

Outra forma de fazer isso, é com opções de jogos autorais direto do clube, como oferecemos aqui no Rede Parcerias. De acordo com uma pesquisa da Colloquoy, cerca de 27% dos millennials afirmam que permaneceriam em um programa de fidelidade que incluísse um jogo competitivo ou um aspecto social.



***Ter jogos divertidos que trazem prêmios, contribuirá para engajar os clientes. Isso porque, eles terão mais vontade em participar do clube de vantagens, e assim, conseqüentemente, mais experiências e emoções positivas em relação à marca.***

Por fim, caso faça sentido para o seu modelo de negócio, você também pode aplicar a gamificação na própria estratégia de uso do seu serviço. Para isso, é possível criar um guia interativo com marcos que os clientes precisam percorrer e com os benefícios que eles receberão ao atingir cada um.

Essa ação incentiva a **CONSTÂNCIA** no uso do produto, e contribui para que o seu público use de uma maneira melhor o serviço que contratou, além de somar as estratégias de gamificação feitas no clube de vantagens.

# **ESTRATÉGIAS DE GAMIFICAÇÃO DO CLUBE DE VANTAGENS DO REDE PARCERIAS**

# ESTRATÉGIAS DE GAMIFICAÇÃO DO CLUBE DE VANTAGENS DO REDE PARCÉRIAS

Como vimos acima, o clube de vantagens do Rede Parcerias conta com diversas estratégias de gamificação de usuários, que você pode usar para se aproximar dos clientes. Vamos entender um pouco melhor.

Buscando engajar os usuários dos clubes, mesmo quando eles não precisam fazer compras, surgiram os nossos **JOGOS AUTORAIS**, como quebra-cabeça, jogo da memória, bolão e muito mais.

Os nossos jogos são desenvolvidos para serem simples de jogar e ganhar prêmios. Logo, todos os usuários que vencerem os desafios ganham prêmios. Além disso, eles são sempre

atrelados a datas em alta, como Páscoa, Natal, entre outros, como mais uma forma de chamar a atenção do cliente.

O clube também conta com outras ações interativas e pensadas para gerar uma **PARTICIPAÇÃO ATIVA** do usuário. Uma delas são os cartões-presente, que é possível comprar e distribuir pelo clube.

Por fim, também é possível utilizar **SORTEIOS** como mais uma forma de gerar relacionamento e proximidade. Com o clube, os usuários contam com sorteios mensais e com prêmios que chamam a atenção deles.

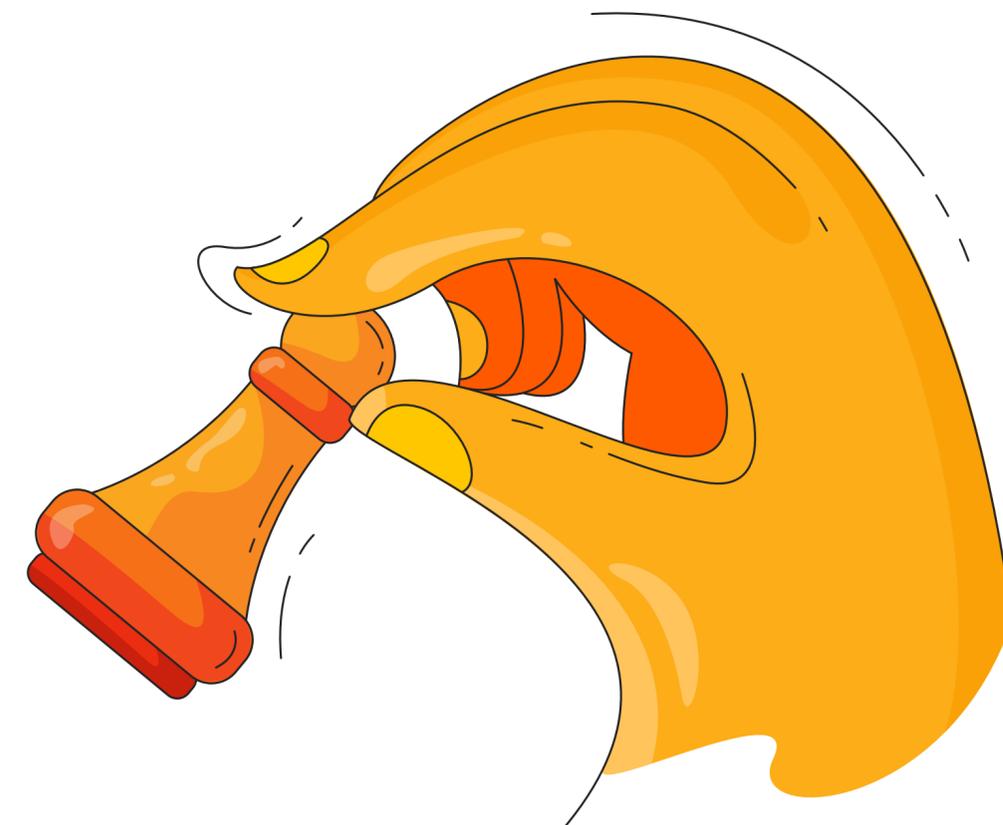
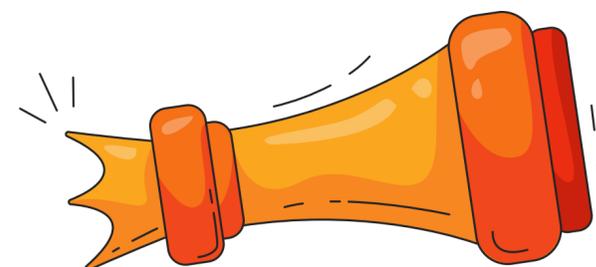


# ESTRATÉGIAS DE GAMIFICAÇÃO DO CLUBE DE VANTAGENS DO REDE PARCÉRIAS

Além disso, os nossos clientes podem criar sorteios exclusivos direto do clube, com certificado de autorização SRE/MF. Essa é mais uma forma de interagir com os usuários e manter uma comunicação próxima.

Com tudo isso, o clube de vantagens do Rede Parcerias reúne estratégias que engajam e garantem a fidelização, que é o principal objetivo de usar a gamificação com os clientes.

Em resumo, além de conhecer as ações de gamificação do nosso clube, você também aprendeu mais sobre a gamificação de clientes e o seu potencial para criar um relacionamento próximo com os mesmos. Então, não deixe de aplicar o que foi aprendido e aproveitar essa poderosa tendência para fidelizar seus clientes.



**CONHEÇA O  
REDE PARCERIAS**

# CONHEÇA O REDE PARCEIRAS

---

## REDE PARCEIRAS

O Rede Parcerias é uma startup carioca que desenvolve clubes de vantagens personalizados para centenas de empresas. Fundada por Eduardo Torres e Thiago Mattos, o objetivo do RP é criar plataformas personalizadas, para que as empresas possam oferecer benefícios como descontos, sorteios, gamificação e gratuidades.

A solução foi criada em 2018, quando eles mudaram o modelo de negócio e passaram a produzir o produto digital. A ideia veio após uma longa experiência na área de loyalty, por meio da gestão de clubes para vários nichos.

Atualmente, já são centenas clubes pelo Brasil e um crescimento anual de 30%. Além disso, a empresa também foi vencedora do 100 Open Startups em 2021.



rede  
parcerias.

[CLIQUE PARA AGENDAR UM PAPO COM O REDE PARCEIRAS](#)



STARTUP DESTAQUE



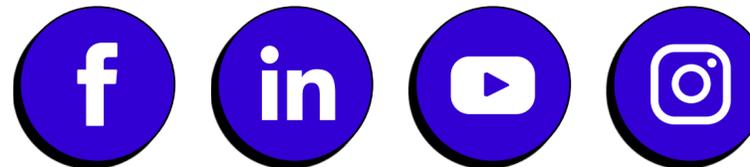
LIGA INSIGHTS  
MARTECHS



---

# redeparcerias.

VEJA MAIS CONTEÚDOS ESTRATÉGICOS



@redeparcerias