

■ گیمیفیکیشن در مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) - قسمت چهارم و آخر

برای این که گیمیفیکیشن را در ارتباط با مشتریان تان به کار بگیرید، باید مکانیزم‌هایی را طراحی کنید که مشتری، مشغول کسب و کار شما باشد و بتوانید او را Engage کنید. کلمه Engagement، کلیدواژه مهمی در گیمیفیکیشن است. اگر چند ساعت گوشی تلفن خود را در مکانی جا بگذارید و در این مدت، تمام حواستان به این باشد که نوشته‌هایتان چقدر در اینستاگرام و فیسبوک و... لایک گرفته‌اند، یعنی این اپلیکیشن‌ها حسابی شما را مشغول کرده‌اند!

از ابزارهای قیمت‌گذاری تبعیضی به خوبی استفاده کنید. تا جایی که امکان دارد، دستورالعمل‌هایی را تعریف کنید که به ازای مبلغ و تعداد خرید بالاتر، تخفیف بیشتری برای مشتری قائل شود. مانند شرکت‌های بیمه خودرو، طوری برنامه قیمت‌گذاری و تخفیف را بچینید که مشتریان وفادارتان، به گزینه دیگری فکر نکنند.

از امکاناتی که تجارت الکترونیک در برقراری ارتباط با مشتریان ایجاد کرده، غافل نشوید. اپلیکیشن‌های خاص بنویسید، چالش‌های هیجان‌آور در ذهن مخاطبان ایجاد کنید و اجازه بدهید لحظه شیرین حل مساله را با شما تجربه کنند. در طراحی وب‌سایت، خودتان را جای مشتری بگذارید و ببینید چه اقدامی باعث می‌شود که دوباره به سایت شما باز گردد. همه این موارد باید بر مبنای انگیزش درونی افراد باشد.

باشگاه مشتریان، فضایی غیر رسمی است که به خوبی می‌توانید از ابزارهای امتیاز دادن، مقام دادن، معرفی برترین‌ها و سایر ابزارهای گیمیفیکیشن استفاده کنید، ولی پیاده‌سازی گیمیفیکیشن را فقط به این تعاریف کلاسیک، محدود نکنید. به عنوان مثال، اگر در زمینه آموزش فعالیت می‌کنید، خصوصاً در صورتی که مخاطبان‌تان کودکان هستند، یادگیری مبتنی بر بازی را در دستور کارتان قرار دهید و جذابیت را به روش تدریس‌تان اضافه کنید. کودکان دهه ۵۰، خاطرات شیرینی از کلاس درس مرحوم نیرزاده دارند که فیلمی کوتاه از آن کلاس را در ادامه می‌آوریم.

یکی از نمونه‌های موفق داخلی در این زمینه، برگزاری کارگاه آموزشی مدیریت پروژه با عنوان PMigloo (خانه اسکیمو) توسط شرکت راهبران سیستم رستاک است که توسط دوست خوهمان، آقای مهندس علی واحدی دیز مدیریت می‌شود. در این دوره، شرکت‌کنندگان در تیم‌های مجزا تقسیم می‌شوند و با قبول مسؤلیت‌های مختلف، در یک رقابت چالشی و هیجان‌انگیز شرکت می‌کنند. جنبه‌های مختلف مدیریت پروژه مانند مدیریت زمان، محدوده، هزینه، کیفیت، ریسک، تدارکات و کار تیمی، به صورت عملی و در یک بازی به شرکت‌کنندگان آموزش داده می‌شود. محصول نهایی این کارگاه جذاب و هیجان‌انگیز، سازه فیزیکی به نام Igloo (خانه اسکیمو) است. فیلم کوتاهی از این دوره را در ادامه مطلب مشاهده بفرمایید.

نوشته: مجید برقی

