



YU-KAI CHOU



ACTIONABLE GAMIFICATION



**BEYOND
POINTS,
BADGES,
AND LEADERBOARDS**

Ю-КАЙ ЧОУ



КАК
СТИМУЛИРОВАТЬ КЛИЕНТОВ
К ПОКУПКЕ, А СОТРУДНИКОВ – К РАБОТЕ

УДК 005.32
ББК 65.290-2
Ю11

Yu-kai Chou
ACTIONABLE GAMIFICATION
Beyond Points, Badges, and Leaderboards

Ю-Кай Чоу.

Ю11 Геймифицируй это : как стимулировать клиентов к покупке, а сотрудников — к работе / Ю-Кай Чоу ; [перевод на русский язык Шалаева Д.]. — Москва : Эксмо, 2022. — 400 с. : ил. — (Экономика эмоций).

ISBN 978-5-04-097157-2

Эту книгу называют библией геймификации. Еще до официального издания в России было сделано несколько любительских переводов — настолько ценными оказались идеи Ю-Кай Чоу. Его главная разработка — система октализ. В ее основе лежат 8 стимулов мотивации, с помощью которых можно подтолкнуть человека к нужным действиям: клиента — к покупке, сотрудника — к усердной работе, студентов — к продуктивной учебе. Сегодня октализ активно применяют в самых разных сферах — в игровой индустрии и образовании, в маркетинге и дизайне, в спорте, управлении персоналом и личной трансформации. Книга обязательна к прочтению всем, кто использует принципы геймификации в работе и жизни. Официально она переведена на 15 языков, о количестве неофициальных переводов остается только догадываться.

УДК 005.32
ББК 65.290-2

ISBN 978-5-04-097157-2

© Текст. 2014–2016 Yu-kai Chou
© Перевод на русский язык. Шалаева Д., 2018
© Оформление. ООО «Издательство «Эксмо», 2022

Твитните эту книгу!

Пожалуйста, помогите Ю-Кай Чоу, рассказав об этой книге на Twitter!

Предлагаемый твит для этой книги:

Читаю книгу @уикаичоу по геймификации Octalysis. Мое путешествие начинается!

Рекомендуемый хэштег для этой книги — #OctalysisBook.

Узнайте, что другие люди говорят о книге, нажав по этой ссылке <https://twitter.com/search?q=#OctalysisBook>

Эта книга посвящена тем, кто следует мечтам и мужественно достигает целей, несмотря на препятствия. Сегодня мы живем в социальных и экономических системах, которые давным-давно были разработаны другими людьми ради реализации собственных устремлений. Но некоторые из нас совершают прыжок веры, сталкиваются с неизвестностью, подвергаются риску социального отторжения и даже преследования, чтобы придать больше смысла своей жизни и жизни окружающих.

Такие люди вдохновляют всех нас и двигают человечество вперед. Я благодарен, что вы делаете то, к чему я постоянно стремлюсь. Надеюсь, эта книга станет надежным помощником в вашем путешествии к переменам.

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	15
Глава 1. КОГДА НЕРЕАЛЬНОЕ ПРОНИКАЕТ В НАШ МИР	17
Как игра изменила мою жизнь	17
Первая придуманная мной игра	19
Почему геймификация?	19
Человекоориентированный дизайн: лучший термин для геймификации	21
Завоевания геймификации	22
Глава 2. ОЧКИ, ЗНАЧКИ И РЕЙТИНГИ: ЗАБЛУЖДЕНИЯ	26
Рассказ о социальных медиа	26
Одержимость «черной» работой	28
Переизобретение суши	29
Троянский конь без греческих солдат	30
Угрозы и возможности геймификации	31
История о хорошем и плохом дизайнерах	32
Глава 3. СТРУКТУРА ОКТАЛИЗА	34
Эффективная система геймификации для всех	34
Восемь элементов геймификации	36
Левое полушарие против правого, или внешние стимулы против внутренних	38
Геймификация Белой шляпы vs Черной шляпы	40
Скрытый стимул: ощущение	42
Как применять первый уровень октализа	42
Переход на второй уровень октализа	47

Глава 4. ОПРЕДЕЛИМ МЕСТО ГЕЙМИФИКАЦИИ	52
Словесная перепалка (война значений)	53
Семантика против ценностей	54
Помидор: фрукт или овощ?	55
Явная геймификация: игры, выполняющие неигровые функции	56
Неявная геймификация: человекоориентированный дизайн, использующий игровые элементы	57
Неявная геймификация против явной	58
Четыре сферы приложения геймификации	59
Глава 5. СТИМУЛ №1 — ОСОБАЯ МИССИЯ, ПРИЗВАНИЕ	65
Самый верхний элемент октализа	66
Энциклопедия, которая меня поимела	66
Наследие Ньютона — это не только яблоко	69
Молот Тора — не просто оружие	72
Ваши родители больше, чем вы!	74
Игровые техники и особая миссия	77
Резюме	82
Глава 6. СТИМУЛ №2 — РАЗВИТИЕ И САМОРЕАЛИЗАЦИЯ	84
Развитие и самореализация в играх	85
Первый сайт по геймификации, к которому у меня была зависимость	85
«Я переплатил за продукт. Так-то, сосунки!»	88
Не заставляйте пользователей чувствовать себя глупыми	92
Как направлять пользователей	94
Ограничения дизайна eBay	96
Постойте, это же не ново!	98
Игровые техники, влияющие на желание развиваться	99
Резюме	106
Глава 7. СТИМУЛ №3 — РАСШИРЕНИЕ ТВОРЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ И ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ	108
Компьютерная игра, ставшая национальным видом спорта	109
Усталость от геймификации?	112
Ничья в крестики-нолики	113
Подарите игрокам цель	116

Проникновение в толпу	117
Музыкальная лестница к здоровью	118
Рост творческих возможностей в корпоративном пространстве	119
Расправьтесь с плохой концовкой	121
Игровые техники для развития творческих способностей	122
Резюме	132
Глава 8. СТИМУЛ №4 — ЧУВСТВО СОБСТВЕННОСТИ И ОБЛАДАНИЯ	134
Постойте, это мое? Тогда мне не безразлично!	135
Марки и здравый смысл	136
Насколько вы можете окаменеть	137
Первая игра с виртуальными питомцами	141
Эффект вложения	143
Идентичность, преемственность и обязательства	145
Игровые техники, влияющие на чувство собственности	150
Резюме	157
Глава 9. СТИМУЛ №5 — ВЛИЯНИЕ СОЦИУМА И ПРИВЯЗАННОСТЬ ...	159
Ментор, укравший мою жизнь	160
В душе все мы — Пиноккио	163
Средний человек выше среднего	166
Социальное влияние и особая миссия	168
Корпоративная конкуренция как оксюморон	168
Игровые техники для социального влияния	172
Резюме	183
Глава 10. СТИМУЛ №6 — ОГРАНИЧЕННОСТЬ РЕСУРСОВ И НЕТЕРПЕНИЕ	185
Радость бессмысленности	186
Ценность редких пикселей	187
То, что осталось, — это еще не все	190
Убедительно неудобный	191
Кривые лучше кубков	193
Кривая экономического спроса с поведенческим дефицитом	195
«Этот парень недостаточно дорогой»	195
«Мне плохо, если после покупки мой карман все еще набит деньгами»	196

ОГЛАВЛЕНИЕ

Игровые техники, использующие ограниченность ресурсов и нетерпение	198
Круто! И что теперь?	211
Резюме	212
Глава 11. СТИМУЛ №7 — НЕПРЕДСКАЗУЕМОСТЬ И ЛЮБОПЫТСТВО	213
О, вот теперь интересно	214
Стимул в ящике Скиннера	215
Лотереи и розыгрыши	216
Счастливый день с <i>LuckyDien</i>	219
Тайны и загадки в блендере	224
Правда или вымысел	225
Любопытная кнопка в <i>Google</i>	227
Как <i>Woo!</i> создает полуночных Золушек	229
Игровые методы, использующие непредсказуемость и любопытство	231
Резюме	238
Глава 12. СТИМУЛ №8 — ПОТЕРЯ И ЕЕ ИЗБЕГАНИЕ	240
Урожай потерь	241
Захват заложников	243
«Почему вы не взяли все мои деньги?»	246
Добро преследует зло	248
Зомби помогают вам действовать	249
Как стимул №8 подпитывает все остальные	250
Окончательная потеря против восполнимой потери	251
Дисклеймер: избегайте избегания	253
Игровые техники, использующие страх потери, и ее избегание	254
Резюме	263
Глава 13. ЛЕВОПОЛУШАРНЫЕ СТИМУЛЫ ПРОТИВ ПРАВОПОЛУШАРНЫХ	265
Использование октализа в реальном мире	265
Сравнение левополушарных и правополушарных стимулов	266
Сопоставление внешней и внутренней мотиваций	268
Семантические различия и теория самоопределения	269

ОГЛАВЛЕНИЕ

Мотивационные ловушки в рекламных кампаниях	270
Проблема образовательных систем	272
Платить, чтобы не играть	275
Как рыночные установки отменяют социальные установки	277
Преимущества внешней мотивации	280
Как сделать опыт более внутренним	281
Резюме	286
Глава 14. ЗАГАДКИ «БЕЛОЙ» И «ЧЕРНОЙ» МОТИВАЦИИ	289
Происхождение теории	290
Природа стимулов «белой» и «черной» мотивации	291
Zynga и «черная» мотивация	292
«Черная» мотивация и ясное сознание	294
Геймификация, манипуляция и этика	296
Когда использовать «белую» мотивацию	297
Осторожный переход от «белой» мотивации к «черной»	303
Покупатели не сожалеют о покупках TOMS	305
Как насчет стимулов №4 и №5?	306
Глава 15. КАК ДРУГИЕ ТЕОРИИ СОЧЕТАЮТСЯ	
С СИСТЕМОЙ ОКТАЛИЗА	309
Научные исследования и изучение игр	310
Точка зрения октализа на теорию самоопределения	313
Четыре типа игроков Ричарда Бартла	315
Четыре ключа к радости	319
Теория потока Мíхая Чíксентмихайи	322
Поведенческая модель Фогга	325
Теория Джейн Макгонигал	329
Мир — это наша игровая площадка	331
Глава 16. ПЕРВЫЙ УРОВЕНЬ ОКТАЛИЗА В ДЕЙСТВИИ	333
Анализ Facebook с помощью октализа	333
Счет — это дымовая завеса	337
Октализ лотереи Speed Camera	339
Завершающий этап Waze	347
Следующий шаг: определение возможных улучшений Waze	349

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 17. СОЗДАНИЕ ПРОЕКТА С НУЛЯ С ПОМОЩЬЮ ОКТАЛИЗА .	354
Редизайн <i>Yukaichou.com</i>	354
Дашборд стратегии октализа	356
Схема стратегии октализа	356
Размышления на первом уровне октализа	362
Стимул №1 — особая миссия и призвание	362
Повторное использование октализа	367
Краткий обзор первого уровня октализа	369
 Глава 18. ПУТЕШЕСТВИЕ ПРОДОЛЖАЕТСЯ	 371
 СТЕНА БЛАГОДАРНОСТИ	 374
Те, кто непосредственно внес свой вклад в книгу	374
Те, кто повлиял на мое становление.	374
 ИСТОЧНИКИ	 377
 АЛФАВИТНЫЙ УКАЗАТЕЛЬ	 388

Введение

Эта книга не о том, как удивительна геймификация. И не о том, что геймификации принадлежит будущее и какую вдохновляющую жизнь она может нам подарить. Если вы недавно стали геймером и вам просто любопытно, что такое геймификация, вы можете не читать эту книгу. Она не о том, чем занимается индустрия геймификации, которая меняется каждый месяц. Эта книга посвящена *геймификационному дизайну*, приемы которого вы можете использовать в различных сферах жизни.

Моя книга — это глубокое исследование того, что именно делает игру забавной и привлекательной и как применять эти уловки в реальности. Я расскажу, как вы можете использовать геймификацию для улучшения своей компании, собственной жизни и жизни окружающих.

Игру считают эффективной, если она сочетает в себе игровой дизайн, игровую динамику, приемы поведенческой экономики, мотивационной психологии, UX/UI (пользовательского опыта и пользовательского интерфейса), нейробиологии, а также технологические платформы и бизнес-реализацию ROI¹. В своей книге я исследую взаимосвязь между этими дисциплинами, на основе которых выстраиваются базовые принципы хорошего геймификационного дизайна. Я буду делиться наблюдениями, основываясь на своем двенадцатилетнем опыте геймификации.

Каждая новая глава этой книги развивает предыдущую, поэтому лучше читать последовательно, главу за главой. Тем не менее, если вы читали мои работы и смотрели мои видеоролики, возможно, у вас уже есть представление о восьми элементах геймификации. В этом случае не стесняйтесь пропустить раздел о них, чтобы сразу перейти к тому, что вас интересует.

Если вы очень заняты и не уверены, что осилите эту книгу, я рекомендую начать с глав 3, 5, 10, 14 и 15, чтобы решить, читать ли ее целиком.

¹ Коэффициент возврата инвестиций, отражающий рентабельность вложений. — Здесь и далее — примечания редактора, если не указано иное.