



# ОСНОВЫ ГЕЙМИФИКАЦИИ

ДРАЙВЕРЫ МОТИВАЦИИ

# ГЕЙМИФИКАЦИЯ -

это использование игровых элементов и механик в любом неигровом контексте.



# Ю КАЙ ЧОУ ОКТАЛИЗ

"Yu-Kai is the real deal. His experience, expertise and passion make this a "must read" for those looking to grasp the possibilities available through applied gamification."

-Jeff Gates, former counsel to U.S. Senate Committee on Finance and author of *The Ownership Solution, Democracy at Risk and Guilt By Association*

"Yu-kai's reputation precedes him in the field of gamification. His Octalysis framework is both elegantly simple and intricately complex. His book is not only extrinsically rewarding to read, but intrinsically motivating to apply; it's wickedly effective, and yet divinely true. Octalysis brilliantly unified all these seemingly conflicting aspects of gamification into a single cohesive framework with a hidden twist in the middle of it — It's sensational."

-Michael Wu, Chief Scientist at Lithium Technologies

"Yu-kai's Octalysis framework brilliantly explains the intricate relationships between human behaviors and their inner drives. Accompanied by numerous application examples, Octalysis is the turnkey for gamification in any product and service design."

-Dr. Jianming Dong, Chief User Experience Architect, Huawei

"The Octalysis Framework can transform a product into an enjoyably addictive experience that customers keep coming back to."

-Andrew Warner, Founder of Mixergy

The new era of Gamification and Human-Focused Design optimizes for motivation and engagement over traditional Function-Focused Design. Within the industry, studies on game mechanics and behavioral psychology have become proliferate. However, few people understand how to merge the two components into experience designs that reliably increases business metrics and generates a return on investment. Gamification Pioneer Yu-kai Chou takes readers on a journey to learn his twelve years of obsessive research in creating the Octalysis Framework, and how to apply the framework to create engaging and successful experiences in their product, workplace, marketing, and personal lives.

Yu-kai Chou is a Pioneer and International Keynote Speaker on Gamification and Behavioral Design. He is the Founder of the Octalysis Group and the Behavioral Scientist at the engagement platform Captain Up. He has been a regular speaker worldwide, including at Stanford University, Accenture, TEDx, SXSW, Gamified India, Huawei, the Innovation Center in Denmark, Kingdom of Bahrain, and many more.

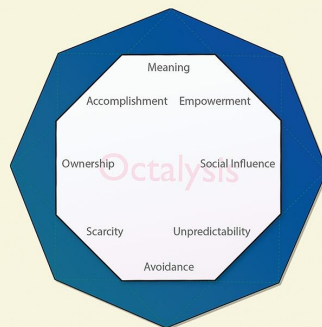


ACTIONABLE  
GAMIFICATION

YU-KAI CHOU

## ACTIONABLE GAMIFICATION

Beyond Points, Badges, and Leaderboards



"Yu-kai is at the cutting edge of the field of behavior design."

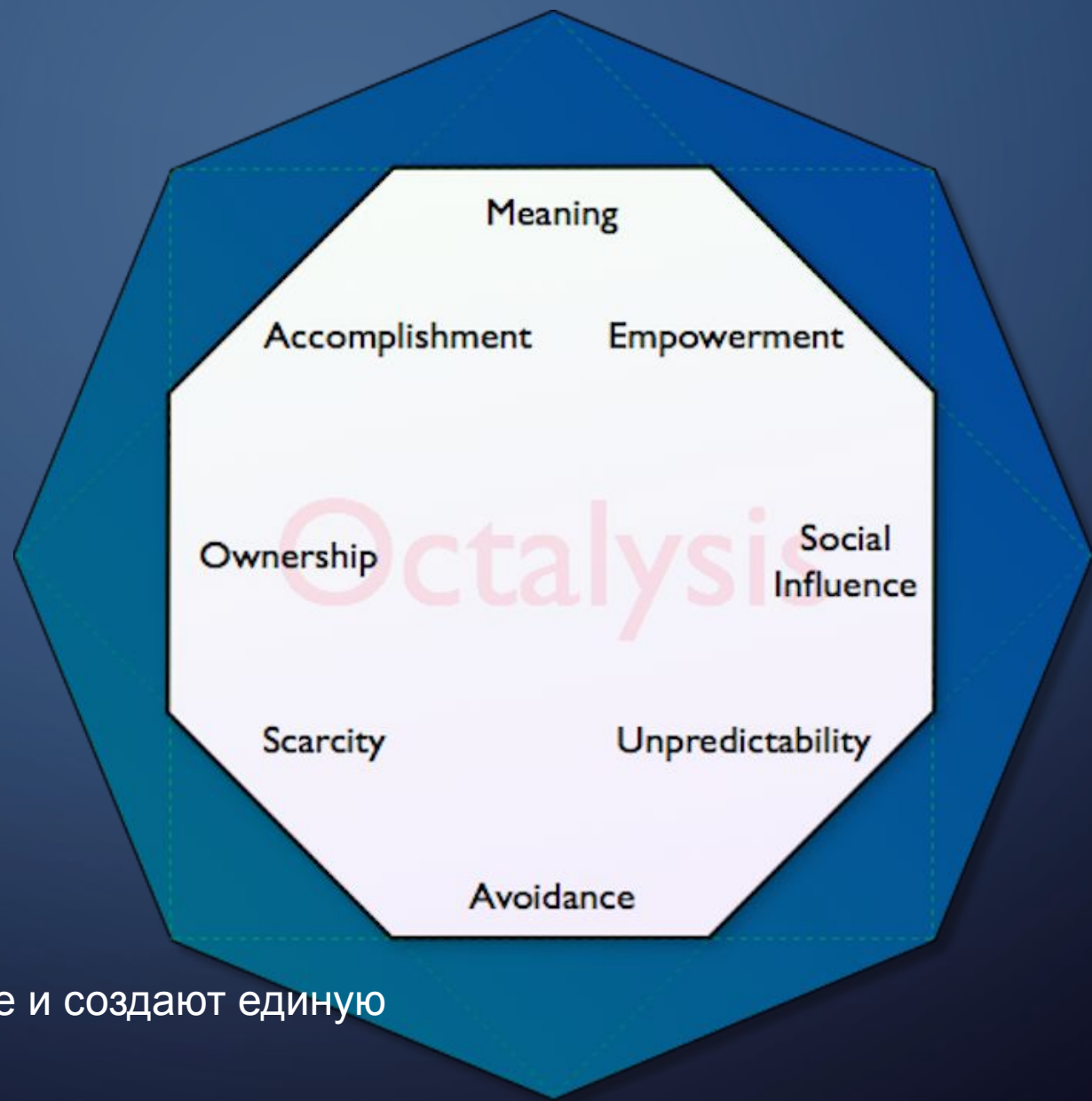
-Nir Eyal, Author of *Hooked: How to Build Habit-Forming Products*

## YU-KAI CHOU

Gamification Pioneer & International Keynote Speaker

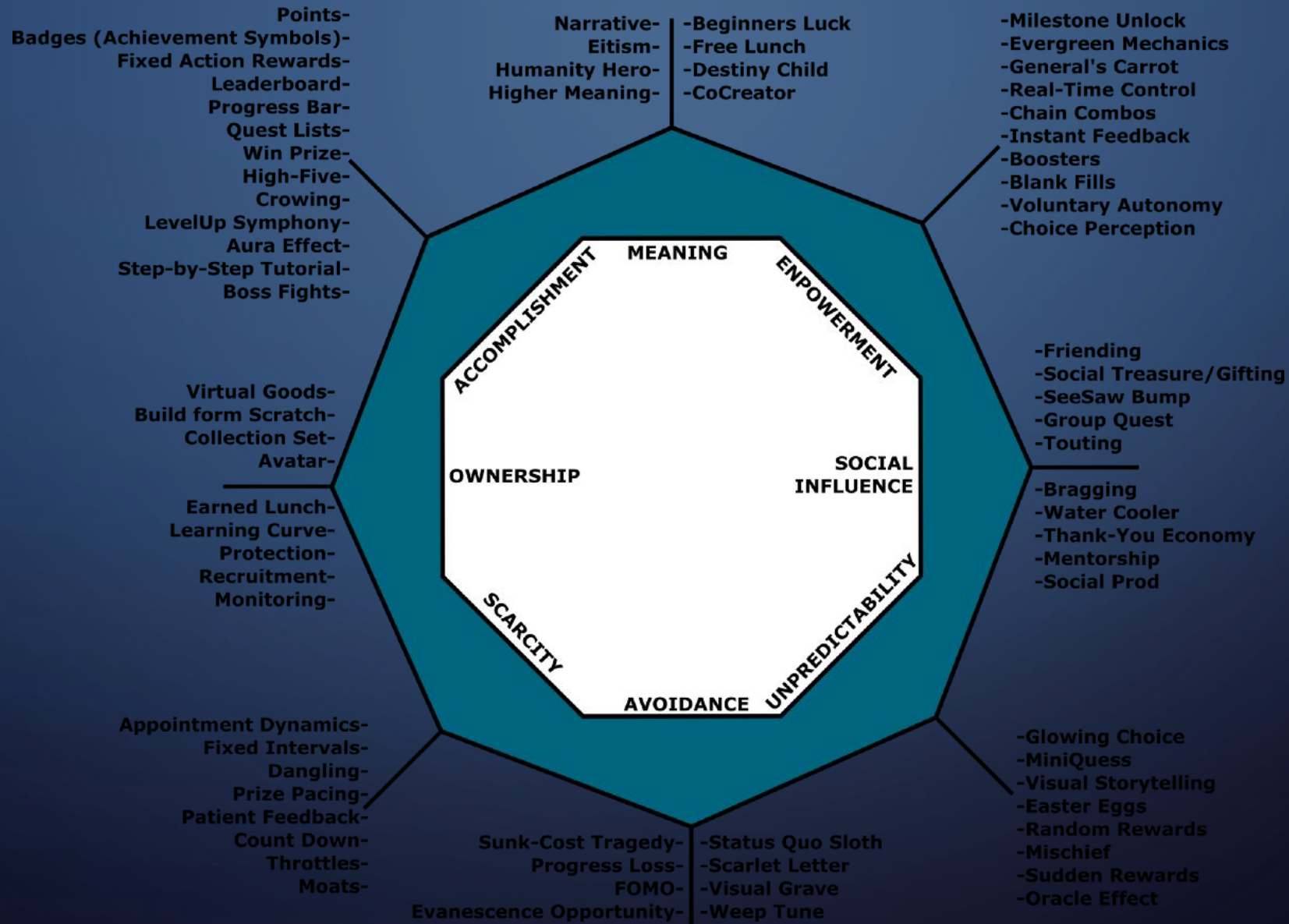


# Ю КАЙ ЧОУ ОКТАЛИЗ



Они хитро работают вместе и создают единую  
МОТИВАЦИЮ

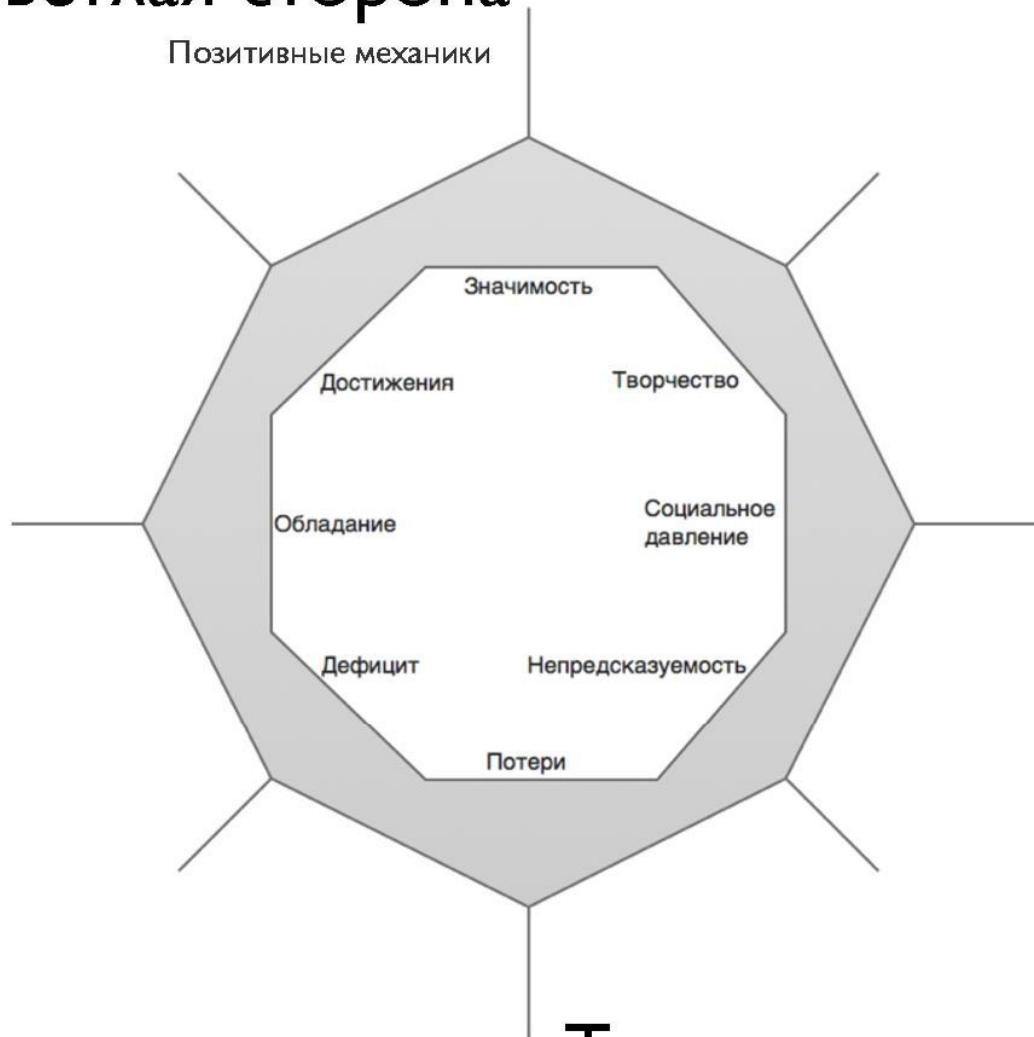
# OCTALYSIS



# Разделение на стороны

## Светлая сторона

Позитивные механики

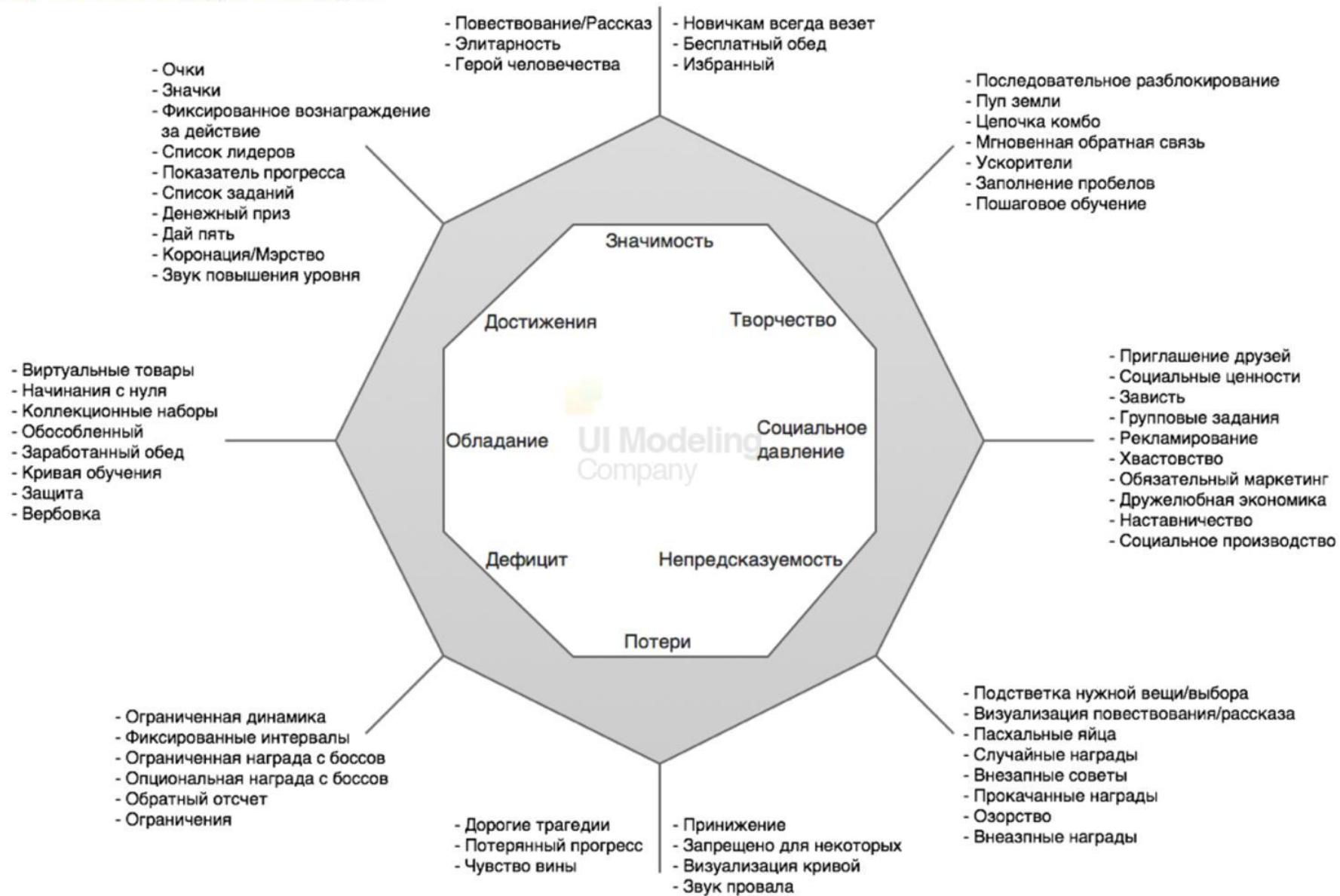


## Темная сторона

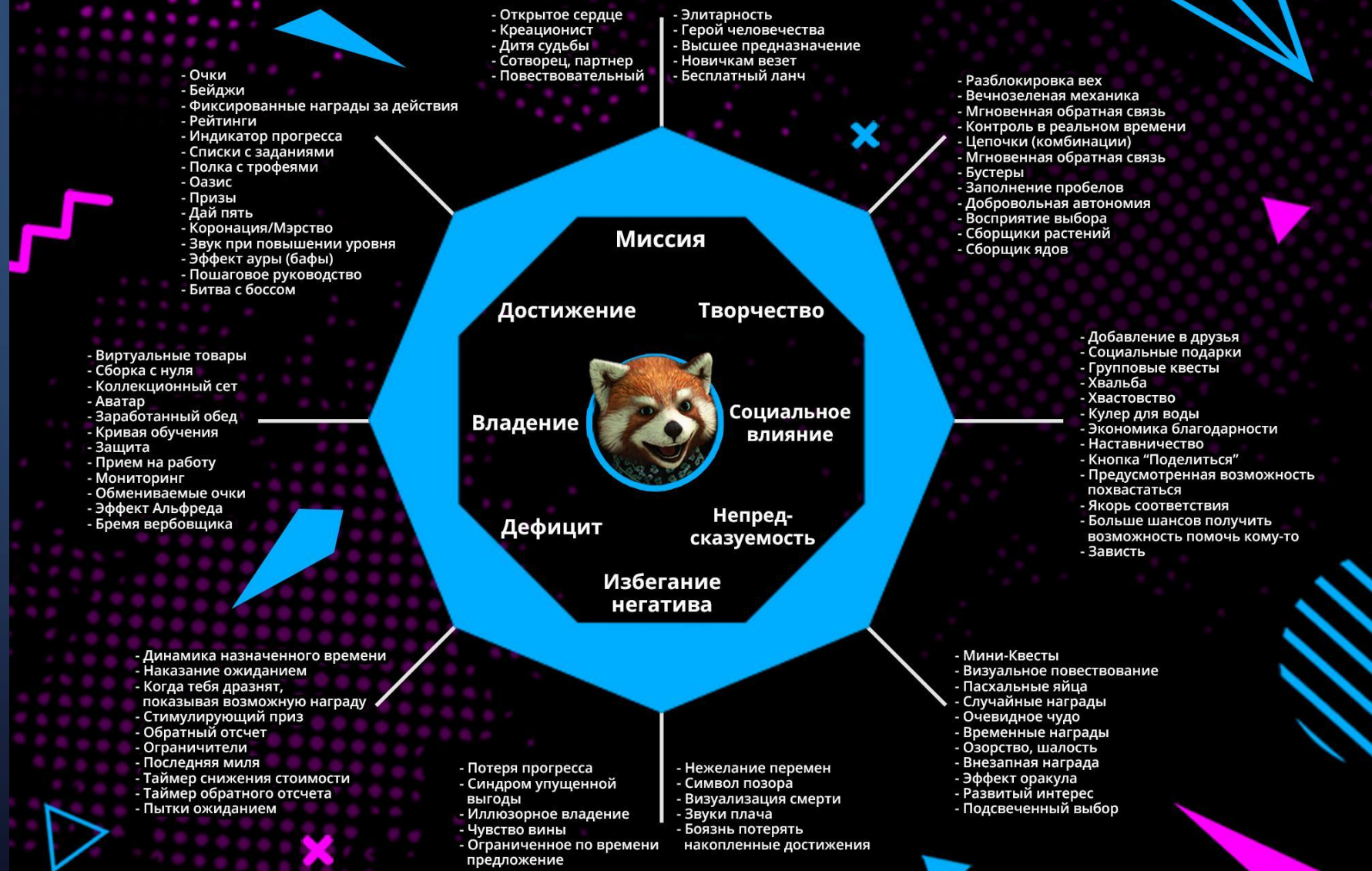
Негативные механики

# Полная схема октализа

<http://uimodeling.ru/octalysis>



# Октализ (подробная схема)





# Ю КАЙ ЧОУ ОКТАЛИЗ



## **Эпичное значение и признание:**

игрок верит, что он делает что-то большее, чем он сам; он верит, что был избран для определенной миссии. Поэтому он посвящает огромное количество своего времени, общаясь на форуме или помогая создавать ценность для всего сообщества



**Развитие  
и достижения:**  
внутренний стимул для прогресса, развития навыков и преодоления препятствий



**Развитие креативности  
и обратная связь:**  
пользователи привыкают к творческому процессу, где они постоянно должны придумывать новые решения и пробовать различные комбинации, им также нужно видеть результаты собственной креативности, получать обратную связь и реагировать на нее



**Обладание  
и собственность:**  
стимул чего-то хотеть; когда игрок владеет чем-то, он подсознательно хочет улучшить эту вещь или обладать еще большим количеством подобных вещей

# Ю КАЙ ЧОУ ОКТАЛИЗ



## **Социальное влияние и причастность:**

этот стимул объединяет все социальные возбудители, которые движут людьми (наставничество, желание быть принятыми другими людьми, чувство товарищества, соперничество и зависть, желание быть ближе к людям, местам и событиям, к которым мы хотим быть причастными)



## **Нужда и нетерпение:**

стимул хотеть чего-то, потому что у вас этого нет



## **Любозытство и непредсказуемость:**

стимул разобраться в том, что же на самом деле происходит. Люди иррационально хотят увидеть, что будет дальше, если существует шанс позитивного развития событий, — даже если они знают, что, скорее всего, будет негативный результат



## **Потеря и избегание:**

стимул основан на желании избежать чего-то негативного. В обучении это используется, в частности, в ограничениях на время выполнения заданий



# 1. ЛИЧНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ, МИССИЯ, ПРИЗВАНИЕ

ЭТО ПРИНЦИП, ГДЕ ЛЮДИ МОТИВИРОВАНЫ, ПОТОМУ ЧТО ОНИ СЧИТАЮТ, ЧТО ОНИ ЗАНИМАЮТСЯ ЧЕМ-ТО БОЛЬШЕМ, ЧЕМ ОНИ САМИ.

КАК ПРАВИЛО, ЛУЧШЕ ВСЕГО КОММУНИЦИРУЕТСЯ В ПУТЕШЕСТВИИ ИГРОКА.

# 1. ЛИЧНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ, МИССИЯ, ПРИЗВАНИЕ

1. ОДНИМ ИЗ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫХ СПОСОБОВ ПРИВИТЬ МИССИЮ, В ВАШУ БАЗУ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ - ЧЕРЕЗ ОБЯТЕЛЬНЫЙ НАРРАТИВ. ЭТО ПОЗВОЛЯЕТ ПРЕДСТАВИТЬ ИСТОРИЮ, КОТОРАЯ ДАЕТ ЧЕЛОВЕКУ УСЛОВИЕ ЧЕРЕЗ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ВАШЕЙ КОМПАНИЕЙ, ПРОДУКТОМ ИЛИ ВЕБ-САЙТОМ.



# 1. ЛИЧНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ, МИССИЯ, ПРИЗВАНИЕ

1. ЕСЛИ ВЫ МОЖЕТЕ ВКЛЮЧИТЬ МИРОВУЮ МИССИЮ В ВАШИ ПРЕДЛОЖЕНИЯ, ЭТИМ ВЫ ПРИВЛЕЧЕТЕ ОГРОМНОЕ КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ.

# 1. ЛИЧНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ, МИССИЯ, ПРИЗВАНИЕ

## 2. ЭЛИТИЗМ

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ ВОЗМОЖНОСТИ СФОРМИРОВАТЬ КОСТЯК ГРУППЫ ПО ПРИЗНАКУ ЭТНИЧЕСКОЙ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ, УБЕЖДЕНИЙ ИЛИ ОБЩИХ ИНТЕРЕСОВ - ЗАСТАВЛЯЕТ ИХ ЧУВСТВОВАТЬ, ЧТО ОНИ ЯВЛЯЮТСЯ ЧАСТЬЮ БОЛЕЕ КРУПНОГО ДЕЛА.

ЭЛИТИЗМ ПРИВИВАЕТ ГРУППЕ ГОРДОСТЬ.

ЭТО ЗНАЧИТ, ЧТО КАЖДЫЙ ПЫТАЕТСЯ ОБЕСПЕЧИТЬ ЭТО ПУТЕМ ПРИНЯТИЯ КОНКРЕТНЫХ МЕР. КРОМЕ ТОГО, ГРУППА ПЫТАЕТСЯ РАССТРОИТЬ СВОИХ СОПЕРНИКОВ, ОБОЙТИ КОНКУРЕНТОВ.

# 1. ЛИЧНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ, МИССИЯ, ПРИЗВАНИЕ

## 3. УДАЧА НОВИЧКА

ПРИЗВАНИЕ ИЛИ МИССИЯ ЗАСТАВЛЯЮТ ЛЮДЕЙ ДУМАТЬ, ЧТО ИМ СУЖДЕНО СДЕЛАТЬ ЧТО-ТО. С УДАЧЕЙ ЖЕ ЛЮДИ ЧУВСТВУЮТ, ЧТО ОНИ ЯВЛЯЮТСЯ ОДНИМ ИЗ НЕМНОГИХ ИЗБРАННЫХ. ЕСЛИ ИГРОК В ПЕРВЫЙ ДЕНЬ ИГРЫ СЛУЧАЙНЫМ ОБРАЗОМ ПОЛУЧАЕТ ОДИН ИЗ САМЫХ МОЩНЫХ МЕЧЕЙ В ИГРЕ, ТО ОН ИСПОЛЬЗУЕТ ЕГО, ЧТОБЫ УБИВАТЬ МОНСТРОВ ФАНАТИЧНО.

В ТОЖЕ ВРЕМЯ СТОИТ РАЗДАВАТЬ УДАЧУ НЕ ПРОСТО ТАК, А ЧЕРЕЗ ПРОХОЖДЕНИЕ ОПРЕДЕЛЕННЫХ ПРЕПЯТСТВИЙ. ЕСЛИ ЖЕ ВЫ ГОВОРИТЕ, ЧТО ОБРЕСТИ ЭТОТ ВОЛШЕБНЫЙ МЕЧ МОЖНО ТОЛЬКО НА СЛОЖНЫХ УРОВНЯХ И ПОСЛЕ СХВАТКИ С ПРОТИВНИКОМ, ТОГДА ИГРОК СТАНОВИТСЯ ОДЕРЖИМ. ОН ДЕЛАЕТ ВСЕ, ЧТОБЫ ДОСТИЧЬ ЭТОГО УРОВНЯ.

# 1. ЛИЧНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ, МИССИЯ, ПРИЗВАНИЕ

## 4. БЕСПЛАТНЫЙ ОБЕД

ТЕМА ПРИЗВАНИЯ ТЕСНО ПЕРЕПЛЕТЕНА С ХАЛЯВОЙ. С НЕКИМ БЕСПЛАТНЫМ ПРОДУКТОМ ДЛЯ НЕКОТОРЫХ ЛЮДЕЙ, ЧТО ЗАСТАВЛЯЕТ ИХ ЧУВСТВОВАТЬ СЕБЯ ОСОБЕННЫМИ.



## 2. ЛИДЕРСТВО И ДОСТИЖЕНИЯ

ЭТО ОСНОВНОЙ НАКОПИТЕЛЬ, ГДЕ ЛЮДЬМИ ДВИЖЕТ ЧУВСТВО РОСТА И НЕОБХОДИМОСТИ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ.

ЭТО ТО, ЧТО ФОКУСИРУЕТ НАС НА КАРЬЕРЕ, ФОРМИРУЕТ НАШ ЭНТУЗИАЗМ И СТРЕМЛЕНИЕ К ПОЛУЧЕНИЮ НОВЫХ НАВЫКОВ, И В КОНЕЧНОМ СЧЕТЕ МОТИВИРУЕТ НАС, ПОКАЗЫВАЯ НАМ, КАК ДАЛЕКО МЫ ПРОДВИНУЛИСЬ И НАСКОЛЬКО МЫ ВЫРОСЛИ.

## 2. ЛИДЕРСТВО И ДОСТИЖЕНИЯ

### 1. РАЗВИТИЕ В ИГРАХ

НУЖНО ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ГОРДИЛИСЬ ПРЕОДОЛЕНИЕМ ПРОБЛЕМ, КОТОРЫЕ УСТАНОВЛЕНЫ ДЛЯ НИХ.

#### ПАЛОЧНЫЙ ПРОГРЕСС

НАШ МОЗГ НЕНАВИДИТ НЕЗАВЕРШЕННЫЕ ВЕЩИ И ИХ ПОСТОЯННОЕ НАПОМИНАНИЕ. КОГДА МЫ ВИДИМ, ЧТО ВЫПОЛНИЛИ ЛИШЬ 70% ЭТО ДАЕТ НАМ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ТОЛЧОК, ЧТОБЫ ЗАКОНЧИТЬ ЖЕЛАЕМЫЕ ДЕЙСТВИЯ.

## 2. ЛИДЕРСТВО И ДОСТИЖЕНИЯ

### 2. СИМВОЛЫ ДОСТИЖЕНИЙ

БАЛЛЫ, ОЧКИ И ЗНАЧКИ МОГУТ ИСПОРТИТЬ ХОРОШУЮ ИДЕЮ. ТЕМ НЕ МЕНЕЕ, ОНИ ЯВЛЯЮТСЯ ПОЛЕЗНЫМИ ИНСТРУМЕНТАМИ ДЛЯ СТИМУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ И ИМЕЮТ СВОЕ МЕСТО В СИСТЕМЕ.

СИМВОЛЫ ДОСТИЖЕНИЯ МОГУТ БЫТЬ В РАЗНЫХ ФОРМАХ - ЗНАЧКИ, ЗВЕЗДЫ, ОБМУНДИРОВАНИЕ, ТРОФЕИ, МЕДАЛИ И Т.Д .

СИМВОЛЫ ПРОСТО ОТРАЖАЮТ ДОСТИЖЕНИЕ, НО НЕ ЯВЛЯЮТСЯ ДОСТИЖЕНИЯМИ САМИ ПО СЕБЕ. АНАЛОГИЧНЫЙ ПРИМЕР ВОЕННЫЕ. ЕСЛИ ВЫ ПРИСОЕДИНЯЕТЕСЬ К ВОЕННЫМ, ТО СРАЗУ ЖЕ ПОЛУЧИТЕ ЗНАЧОК НА ГРУДЬ «ПОСТУПИЛ НА ВОЕННУЮ СЛУЖБУ!» А НА СЛЕДУЮЩИЙ ДЕНЬ ЕЩЕ ОДИН И ЕЩЕ ОДИН, И ЕЩЕ ОДИН. ВЫ, ВЕРОЯТНО, НЕ БУДЕТЕ ЧУВСТВОВАТЬ СЕБЯ ОПЫТНЫМ И НЕ БУДЕТЕ НОСИТЬ ВСЕ ЭТИ ЗНАЧКИ.

НО ЕСЛИ ВЫ СОВЕРШИЛИ ПОДВИГ - ВЫ РИСКОВАЛИ СВОЕЙ ЖИЗНЬЮ, ЧТОБЫ СПАСТИ СОСЛУЖИВЦЕВ, И В РЕЗУЛЬТАТЕ ПОЛУЧИЛИ ПОЧЕТНУЮ МЕДАЛЬ, ВЫ ВЕРОЯТНО, БУДЕТЕ ЧУВСТВОВАТЬ СЕБЯ ГОРДЫМИ И ОПЫТНЫМИ.

## 2. ЛИДЕРСТВО И ДОСТИЖЕНИЯ

### 3. РЕЙТИНГ\ТАБЛИЦА ЛИДЕРОВ

РЕЙТИНГ\ТАБЛИЦА ЛИДЕРОВ ЭТО ЭЛЕМЕНТ ИГРЫ, ГДЕ ОТРАЖЕН СПИСОК ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ НА ОСНОВЕ НАБОРА КРИТЕРИЕВ, КОТОРЫЕ ВЛИЯЮТ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ПО ОТНОШЕНИЮ К НЕОБХОДИМЫМ ДЕЙСТВИЯМ.

НЕСМОТря НА ТО, ЧТО РАНГИ ПРИЗВАНЫ МОТИВИРОВАТЬ ЛЮДЕЙ, ЕСЛИ ОНИ ПРИМЕНЕНЫ НЕПРАВИЛЬНО, ТО ЧАСТО ДЕЛАЮТ ПРЯМО ПРОТИВОПОЛОЖНОЕ.

ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ НУЖЕН ОПТИМИЗМ - ЭТО ИХ ДВИГАЕТ. ПРИ НАСТРОЙКЕ НА ЛИДЕРОВ, ЕСТЬ НЕСКОЛЬКО ВАРИАНТОВ, КОТОРЫЕ ПОКАЗАЛИ СВОЮ ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

ОСНОВНОЙ СПОСОБ ЭФФЕКТИВНОЙ ИНТЕГРАЦИИ ЛИДЕРОВ, УБЕДИТЬСЯ, ЧТО ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ МОЖЕТ БЫСТРО РАСПОЗНАТЬ ДЕЙСТВИЯ, КОТОРАЯ ЗАСТАВЛЯЕТ ИХ ДОСТИЧЬ ЛИДЕРСТВА. ЕСЛИ НЕТ НИКАКИХ ШАНСОВ НА ДОСТИЖЕНИЕ, НЕТ НИКАКИХ ДЕЙСТВИЙ.

### 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, НАРАЩИВАНИЕ НАВЫКОВ, ТВОРЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ, ОТЗЫВЫ

ЛЮДИ ПО СВОЕЙ ПРИРОДЕ ТВОРЧЕСКИЕ ЛИЧНОСТИ, И МЫ ЖАЖДЕМ УЗНАТЬ, ПРЕДСТАВЬТЕ СЕБЕ, ПРИДУМАТЬ И ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ В ТВОРЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ, ГДЕ УЧАСТИЕ САМО ПО СЕБЕ ПРИНОСИТ СЧАСТЬЕ.

#### 1. БУСТЕР

В ОТЛИЧИИ ОТ ПРОСТОГО ВЫРАЩИВАНИЯ ИЛИ ПРИОБРЕТЕНИЯ НОВЫХ НАВЫКОВ, БУСТЕРЫ, КАК ПРАВИЛО, ОГРАНИЧЕНЫ ОПРЕДЕЛЕННЫМИ УСЛОВИЯМИ.

# 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, НАРАЩИВАНИЕ НАВЫКОВ, ТВОРЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ, ОТЗЫВЫ

## 2. РАЗБЛОКИРОВКА

В НЕКОТОРЫХ ИГРАХ, ГДЕ ЕСТЬ УРОВНИ, ВЫ ПОЛУЧАЕТЕ НАБОР НАВЫКОВ, КОГДА ПОДНИМАЕТЕСЬ НА УРОВЕНЬ ВВЕРХ. ЭТИ НАВЫКИ ПРЕВОСХОДНЫ, ПОТОМУ ЧТО ПОМОГАЮТ ВАМ ПОБЕДИТЬ МОНСТРА.

ПОСЛЕ ТОГО, КАК ИГРОК ДОСТИГ УРОВНЯ ВВЕРХ, ОН ХОЧЕТ УВИДЕТЬ НОВЫЕ НАВЫКИ И СРАЗУ ПРОВЕРИТЬ, ИСПЫТАТЬ ИХ. ПОТОМ СЛЕДУЮЩИЙ УРОВЕНЬ И СЛЕДУЮЩИЕ НАВЫКИ. В РЕЗУЛЬТАТЕ ЧЕЛОВЕК ИГРАЕТ ДО САМОГО УТРА.

# 3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, НАРАЩИВАНИЕ НАВЫКОВ, ТВОРЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ, ОТЗЫВЫ

## 3. ВЫБОР

МНОГИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОКАЗАЛИ, ЧТО ЛЮДИ НАМНОГО СЧАСТЛИВЫ, КОГДА ИМ ДАЮТ ВЫБОР, ЧЕМ ПРОСТО ИМЕТЬ ОДИН ВАРИАНТ.

## 4. ЗНАЧИМЫЙ ВЫБОР

ДАЕТ ЛЮДЯМ ЧУВСТВОВАТЬ СОБСТВЕННОЕ ПРЕВОСХОДСТВО НАД ДРУГИМИ. Я ИМЕЮ В ВИДУ МЕТОДЫ, КОТОРЫЕ ЗАДЕЙСТВУЮТ ПРИНЦИП 3, НАПРИМЕР: ЧТО ПОСАДИТЬ В САДУ ИЛИ КАКУЮ ВЫБРАТЬ СТРАТЕГИЮ И СТИЛЬ ИГРЫ.

ПРИ СОЗДАНИИ ГЕЙМ СРЕДЫ С СОТНЯМИ ИГРОКОВ, ВСЕ ИГРОКИ ДОСТИГАЮТ КОНЕЧНОЙ ТОЧКИ ИЛИ ПОБЕДЫ ОДИНАКОВЫМ ОБРАЗОМ (СДЕЛАЙ ТО-ТО И ПОЛУЧИ ОЧКИ), НЕТ ПОВОРОТНЫХ И ЗНАЧИМЫХ ВАРИАНТОВ, КОТОРЫЕ БЫ МОГЛИ ПОВЛИЯТЬ НА ХОД ИГРЫ.

КОГДА Я ГОВОРЮ, ЧТО ВЫБОР НЕ ИМЕЕТ СМЫСЛА, КОГДА ВЫБОР МЕЖДУ ПЛОХИМ И ХОРОШИМ ВАРИАНТОМ.

## 4. ОБЛАДАНИЕ, ВЛАДЕНИЕ

ЧЕРЕЗ ЧУВСТВА ОБЛАДАНИЯ ПРИУМНОЖЕНИЕ, УЛУЧШЕНИЕ И ЖЕЛАНИЕ ПОЛУЧИТЬ БОЛЬШЕ.

ЭТОТ ПРИНЦИП ВКЛЮЧАЕТ В СЕБЯ МНОЖЕСТВО ЭЛЕМЕНТОВ, ТАКОЕ КАК ВИРТУАЛЬНЫЕ ТОВАРЫ, ВИРТУАЛЬНЫЕ ВАЛЮТЫ, НО ЭТО ТАКЖЕ ПРИНЦИП, КОТОРЫЙ ПОМОГАЕТ НАМ СОБИРАТЬ МАРКИ ИЛИ НАКАПЛИВАТЬ БОГАТСТВО;

НА БОЛЕЕ АБСТРАКТНОМ УРОВНЕ ПРИНЦИП СВЯЗАН С НАШИМИ ИНВЕСТИЦИЯМИ ВРЕМЕНИ ИЛИ РЕСУРСОВ. ЭТО ТАКЖЕ ПОИСК ОПЫТА В СИСТЕМЕ, КОТОРЫЙ ПОДОЙДЕТ ИМЕННО ВАМ.

ЗДЕСЬ РЕШЕНИЯ В ОСНОВНОМ ОПИРАЮТСЯ НА ЛОГИКУ И АНАЛИЗ, СТРЕМЛЕНИЕ К ВЛАДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ ОСНОВНОГО МОТИВИРУЮЩЕГО ФАКТОРА.



## 4. ОБЛАДАНИЕ, ВЛАДЕНИЕ

### 1. НАКОПИТЕЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ

СУЩЕСТВУЕТ МНОГО ИССЛЕДОВАНИЙ О ТОМ, КАК НАША ПСИХОЛОГИЯ МЕНЯЕТСЯ, КОГДА МЫ НАЧИНАЕМ ЧЕМ-ТО ВЛАДЕТЬ. ИЛИ ПО КРАЙНЕЙ МЕРЕ ТАК ДУМАТЬ. УЧЕНЫЕ НАЗЫВАЮТ ЭТО ДОТАЦИОННЫМ (НАКОПИТЕЛЬНЫМ) ЭФФЕКТОМ.

ЕЩЕ ОДНИ УЧЕНЫЕ ДОКАЗАЛИ, ЧТО ПРИНЦИП ДЕЙСТВУЕТ, КОГДА МЫ ПРОСТО ПРЕДСТАВЛЯЕМ ВЛАДЕНИЕ ЧЕМ-ТО.

# 4. ОБЛАДАНИЕ, ВЛАДЕНИЕ

## 2. ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ И ОБЯЗАТЕЛЬСТВА

ЗАСТАВЛЯЕТ НАС ЦЕНИТЬ НАШУ СОБСТВЕННУЮ ИДЕНТИЧНОСТЬ И СТАНОВИТЬСЯ БОЛЕЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНЫМИ В ОТНОШЕНИИ НАШЕГО ПРОШЛОГО.

НАУКА ПОКАЗЫВАЕТ, ЧЕМ ДОЛЬШЕ МЫ ЖИВЕМ, ТЕМ КРЕПЧЕ ПРИВЯЗЫВАЕМСЯ К ПРЕДПОЧТЕНИЯМ, МЕТОДИКАМ И ДАЖЕ СОБСТВЕННЫМ ИМЕНАМ.

# 4. ОБЛАДАНИЕ, ВЛАДЕНИЕ

## 3. СОЗДАННЫЙ С НУЛЯ

ПРИ СОЗДАНИИ ПРОДУКТА ИЛИ УСЛУГИ НЕ ЗАБЫВАЙТЕ ВСТРОИТЬ УВЕЛИЧЕНИЕ ЛИЧНОЙ СОБСТВЕННОСТИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ. ПОЭТОМУ ПОЛЕЗНО “СТРОИТЬ С НУЛЯ”. ЭТО ЗНАЧИТ, ЧТО НЕ ДАВАТЬ СРАЗУ ДОМ ИЛИ ГОТОВЫЙ АВАТАР, А ДАВАТЬ ИМ ВОЗМОЖНОСТЬ ДЕЛАТЬ С НУЛЯ.

# 4. ОБЛАДАНИЕ, ВЛАДЕНИЕ

## 4. КОЛЛЕКЦИОННЫЕ НАБОРЫ

ОДИН ИЗ САМЫХ МОЩНЫХ И ЭФФЕКТИВНЫХ ИСПОЛЬЗОВАНИЙ ДРАЙВЕРА 4, ЭТО КОЛЛЕКЦИИ. ВЫ ДАЕТЕ ЛЮДЯМ НЕСКОЛЬКО ПРЕДМЕТОВ (ЗНАЧКИ, ПЕРСОНАЖИ, ФИГУРКИ И Т.П.) И ГОВОРИТЕ ИМ, ЧТО ЭТО ЧАСТЬ КОЛЛЕКЦИИ. ЧТО ПРОБУДИТ В НИХ ЖЕЛАНИЕ СОБРАТЬ ВСЕ.

## 5. СОЦИАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ, ДРУЖБА И КОНКУРЕНЦИЯ

ЭТОТ ПРИНЦИП ЯВЛЯЕТСЯ ДВИЖУЩЕЙ СИЛОЙ МНОГИХ ТЕМ, ТАКИХ КАК НАСТАВНИЧЕСТВО, КОНКУРЕНЦИЯ, ЗАВИСТЬ, ОБЩЕНИЕ, ГРУППОВЫЕ КВЕСТЫ.

УСПЕХ ДРАЙВЕРА В НАШЕМ ЖЕЛАНИИ СОЦИАЛИЗИРОВАТЬСЯ, ОБЪЕДИНЯТЬСЯ И КОНКУРИРОВАТЬ ДРУГ С ДРУГОМ.

В СОЦИАЛЬНОМ ВЛИЯНИИ ЕСТЬ МНОГО ПОДВОДНЫХ КАМНЕЙ И С ЭТИМ ПРИНЦИПОМ НАДО БЫТЬ ОСТОРОЖНЫМИ.

КОГДА ЭТОТ ПРИНЦИП ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДОЛЖНЫМ ОБРАЗОМ, ОН МОЖЕТ СЛУЖИТЬ В КАЧЕСТВЕ ОДНОЙ ИЗ САМЫХ СИЛЬНЫХ МОТИВАЦИЙ, ДЛЯ ОБЪЕДИНЕНИЯ.

## 5. СОЦИАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ, ДРУЖБА И КОНКУРЕНЦИЯ

ХОТЯ **ИГРОВАЯ МЕХАНИКА**

может быть использована для мотивации и поощрения, механика должна быть хорошо продумана и аккуратно разработана.

Произвольное использование игровых элементов может быть полезно для краткосрочных продаж, но может и быть разрушительно и антипродуктивно в долгосрочной перспективе



# 5. СОЦИАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ, ДРУЖБА И КОНКУРЕНЦИЯ

## 1. НАСТАВНИЧЕСТВО

НОВЕНЬКИЕ В ИГРЕ НЕ ЧУВСТВУЮТ СЕБЯ ДОСТАТОЧНО ВОВЛЕЧЕННЫМИ.

ВETERАНЫ ИГРЫ НЕ ВИДЯТ ПОВЫШЕНИЕ СВОЕГО СТАТУСА.

ТАК КАКОЕ ЖЕ РЕШЕНИЕ? ПРАВИЛЬНО, ВETERАНОВ ОТПРАВИТЬ НА ПОДДЕРЖКУ НОВИЧКАМ.

# 5. СОЦИАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ, ДРУЖБА И КОНКУРЕНЦИЯ

## 2. КНОПКА

ХВАСТОВСТВО, ЭТО КОГДА ЧЕЛОВЕК ЯВНО ПОКАЗЫВАЕТ СВОИ ДОСТИЖЕНИЯ. ЭТО ПРИГОЖДАЕТСЯ, КОГДА РЕЧЬ ИДЕТ О ПРИВЛЕЧЕНИИ НОВЫХ ИГРОКОВ. ЭТО КНОПКА ПОДЕЛИТЬСЯ В ИГРЕ.

НЕ ЛУЧШЕ ЛИ СДЕЛАТЬ ТРОФЕЙНУЮ ПОЛКУ. ВЫ ВИДИТЕ ТАКИЕ, КОГДА ПОСЕЩАЕТЕ ЧЕЙ-ТО ОФИС. ЭТО МОГУТ БЫТЬ НАГРАДЫ, СЕРТИФИКАТЫ ИЛИ ГРАМОТЫ.

ВО МНОГИХ ИГРАХ ЧАСТО МОЖНО УВИДЕТЬ ЗНАЧКИ, КОРОНЫ ИЛИ ДРУГИЕ ШТУКИ, ЭТО И ЕСТЬ ТРОФЕЙНАЯ ПОЛКА. НО ИМЕЙТЕ ВВИДУ, ЧТО СВЯЗНОСТЬ ДЕЙСТВИЙ И ЗНАЧКОВ ОБЯЗАТЕЛЬНО ДОЛЖНА ПРИСУТСТВОВАТЬ.



# 5. СОЦИАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ, ДРУЖБА И КОНКУРЕНЦИЯ

## 3. ЗАДАНИЯ

ГРУППОВЫЕ ЗАДАНИЯ ОЧЕНЬ ЭФФЕКТИВНЫ В СОВМЕСТНОЙ ИГРЕ И ВИРУСНОМ МАРКЕТИНГЕ.

## 4. СОКРОВИЩА

СОКРОВИЩА - ЭТО ПОДАРКИ ИЛИ НАГРАДЫ, КОТОРЫЕ МОГУТ БЫТЬ ПРЕДОСТАВЛЕНЫ ТОЛЬКО ДЛЯ ВАС С ДРУЗЬЯМИ ИЛИ ДРУГИМИ ИГРОКАМИ.

В РЕАЛЬНОМ МИРЕ, ПРИМЕРОМ СОЦИАЛЬНОГО СОКРОВИЩА ЯВЛЯЕТСЯ ГОЛОСОВАНИЕ. ВЫ НЕ МОЖЕТЕ КУПИТЬ ГОЛОСА ИЛИ КАК-ТО ИНАЧЕ ИХ ПРИОБРЕСТИ. ВЫ МОЖЕТЕ ИХ ПОЛУЧИТЬ, ЕСЛИ ТОЛЬКО ДРУГОЙ ЧЕЛОВЕК ПРОГОЛОСУЕТ ЗА ВАС.

# 5. СОЦИАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ, ДРУЖБА И КОНКУРЕНЦИЯ

## 5. СОЦИАЛЬНЫЙ ЛАЙК

ПРИМЕРОМ ЭТОГО ЯВЛЯЕТСЯ СОЦ.СЕТИ. ЭТО КАЖЕТСЯ СНАЧАЛА БЕССМЫСЛЕННЫМ. НУ ХОРОШО, Я ЛАЙКНУЛ И ДАЛЬШЕ ЧТО.

ВЕСЬ СМЫСЛ В ТОМ, ЧТО ЧЕЛОВЕК, КОТОРОМУ ТЫ ПОСТАВИЛ ЛАЙК, ВЕРНЕТ ЕГО.

## 5. СОЦИАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ, ДРУЖБА И КОНКУРЕНЦИЯ

### 6. КУЛЕРЫ ДЛЯ ВОДЫ

ЕЩЕ ОДИН СПОСОБ УСИЛИТЬ СОЦИАЛЬНОЕ ВЛИЯНИЕ - ЭТО КУЛЕРЫ ДЛЯ ВОДЫ.

В АМЕРИКАНСКИХ ОФИСАХ КУЛЕР - НЕ ПРОСТО ИСТОЧНИК ВОДЫ, НО И МЕСТО, ГДЕ МОЖНО ПОБОЛТАТЬ С КОЛЛЕГАМИ. БОЛЬШИНСТВО РАЗГОВОРОВ ЭТО СПЛЕТНИ ИЛИ ЖАЛОБЫ.

ПРИМЕР КУЛЕРА - ЭТО ДОБАВЛЕНИЕ ФОРУМА НА ВАШ САЙТ. ФОРУМ ПОЛЕЗЕН ДЛЯ БРЕНДА, ДЛЯ НЕТВОРКИНГА.

## 6. ДЕФИЦИТ, НЕТЕРПЕНИЕ И ОГРАНИЧЕНИЕ

ЭТОТ ДРАЙВЕР ПОБУЖДАЕТ НАС ЖЕЛАТЬ ВЕЩЬ ИЛИ ЧТО-ТО, ЧТО МЫ НЕ МОЖЕМ ПОЛУЧИТЬ ПРЯМО СЕЙЧАС.

МЫ ИМЕЕМ ТЕНДЕНЦИЮ ХОТЕТЬ ВЕЩИ, КОТОРЫЕ МЫ НЕ МОЖЕМ ИМЕТЬ. ЕСЛИ ЧАША ВИНОГРАДА СТОИТ НА СТОЛЕ, ТО ВРЯД ЛИ ВЫ БУДЕТЕ ХОТЕТЬ ВИНОГРАД. НО ЭТО ПРОИЗОЙДЕТ, ЕСЛИ УБРАТЬ ЧАШУ ЗА ПРЕДЕЛЫ ВАШЕЙ ДОСЯГАЕМОСТИ.

# 6. ДЕФИЦИТ, НЕТЕРПЕНИЕ И ОГРАНИЧЕНИЕ

## 1. МАГНИТНЫЕ ШАПКИ

МАГНИТНЫЕ ШАПКИ ЯВЛЯЮТСЯ ОГРАНИЧЕНИЕМ, КОТОРОЕ НАЛАГАЕТСЯ НА ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ ДЛЯ МОТИВАЦИИ ЕГО НА ОПРЕДЕЛЕННОЕ ДЕЙСТВИЕ.

ЭТО ОЗНАЧАЕТ, ЧТО В ВАШЕЙ ИГРЕ ДОЛЖНО БЫТЬ ОГРАНИЧЕНИЕ НА ДЕЙСТВИЯ, ОБЯЗАТЕЛЬНО. ВЫ ДОЛЖНЫ ОПРЕДЕЛИТЬ ВЕРХНЮЮ ПЛАНКУ ВОЗМОЖНЫХ ДЕЙСТВИЙ И СОЗДАТЬ ДЕФИЦИТ.

# 6. ДЕФИЦИТ, НЕТЕРПЕНИЕ И ОГРАНИЧЕНИЕ

## 2. ЕЖЕДНЕВНАЯ ДИНАМИКА

ДРУГОЙ СПОСОБ УСИЛИТЬ ПРИНЦИП 6 ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В ИСПОЛЬЗОВАНИИ НЕХВАТКИ ВРЕМЕНИ.

ЛУЧШИЙ ПРИМЕР - СЧАСТЛИВЫЕ ЧАСЫ В БАРЕ ИЛИ КАФЕ, КОГДА ЛЮДИ ПОЛУЧАЮТ ПИВО И ЗАКУСКИ ЗА 50% СТОИМОСТИ. ЛЮДИ ОЖИДАЮТ ЭТИХ ЧАСОВ, ЕСТЕСТВЕННО.

ВСЕ ЭТО ОЧЕНЬ МОЩНОЕ, ПОТОМУ ЧТО ОБРАЗУЕТСЯ ТРИГГЕР, ПОСТРОЕННЫЙ ВОКРУГ ВРЕМЕНИ.

МНОГИЕ ПРОДУКТЫ НЕ ПРИГОДНЫ ДЛЯ МНОГОКРАТНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ, ПОТОМУ ЧТО ОНИ НЕ ИМЕЮТ ТРИГГЕР, КОТОРЫЙ ДЕЛАЕТ НАПОМИНАНИЯ ЧЕЛОВЕКУ.

# 6. ДЕФИЦИТ, НЕТЕРПЕНИЕ И ОГРАНИЧЕНИЕ

## 3. ПЫТКИ - ПЕРЕРЫВЫ

МНОГИЕ МОБИЛЬНЫЕ ИГРЫ НЕ ПОЗВОЛЯЮТ ИГРАТЬ ОЧЕНЬ ДОЛГО. ИГРА ПОЗВОЛИТ ВАМ ИГРАТЬ В ТЕЧЕНИЕ 30 МИНУТ, А ЗАТЕМ СКАЖЕТ ВАМ ОСТАНОВИТЬСЯ И ВЕРНУТЬСЯ ЧЕРЕЗ 8 ЧАСОВ.

НЕ ТРУДНО ДОГАДАТЬСЯ, ЧТО ЛЮДИ С НЕТЕРПЕНИЕМ ЖДУТ ПРОДОЛЖЕНИЯ. ПЕРЕРЫВЫ - ЭТО НАСТОЯЩИЕ ПЫТКИ. ЧЕЛОВЕК ПРОДОЛЖАЕТ ДУМАТЬ ОБ ИГРЕ. ОН БУДЕТ ТОПТАТЬСЯ И РВАТЬСЯ ЗА ПЯТЬ МИНУТ ДО ОКОНЧАНИЯ ПЕРЕРЫВА.

## 6. ДЕФИЦИТ, НЕТЕРПЕНИЕ И ОГРАНИЧЕНИЕ

### 4. СЛУЧАЙНОСТЬ

ДЛИТЕЛЬНЫЕ ПЕРИОДЫ ВНЕ ДОСТУПА ОТПУГИВАЮТ ЛЮДЕЙ, НО ЕСЛИ ТАКИЕ ПЕРЕРЫВЫ ПРОДУМАНЫ, ТО ЭТО СРАБАТЫВАЕТ ТОЛЬКО НА ПЛЮС ИГРЕ.

5. ЕСЛИ ВЫ ДАДИТЕ ИГРОКАМ ВСЕ ВОЗМОЖНОСТИ В САМОМ НАЧАЛЕ, ЧАСТЬ ИЗ НИХ БУДЕТ НЕВОСТРЕБОВАННОЙ. ОНИ ПОЧУВСТВУЮТ РАСТЕРЯННОСТЬ И МОГУТ ВОООБЩЕ НИ ОДНОГО НЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ. НО ЕСЛИ ВЫ ДАЕТЕ ДВЕ ИЛИ ТРИ ОПЦИИ (ВЫБОР - ПРИНЦИП 3) ОНИ ПОСТЕПЕННО ИДУТ И РАЗБЛОКИРУЮТ ОСТАЛЬНЫЕ.



## 7. НЕПРЕДСКАЗУЕМОСТЬ, ЛЮБОПЫТСТВО И СЮРПРИЗ

ЭТОТ ПРИНЦИП ЯВЛЯЕТСЯ ГЛАВНОЙ СИЛОЙ ИГРЫ. НАШЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ СОЗНАНИЕ ПО ПРИРОДЕ ЛЕНИВО, И ЕСЛИ ЗАДАЧИ НЕ ТРЕБУЮТ НЕМЕДЛЕННОГО РЕШЕНИЯ, ОНО СПИТ.

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ СОЗНАНИЕ ХОЧЕТ, ЧТОБЫ ЕГО БЕСПОКОИЛИ, КОГДА ЭТО ДЕЙСТВИТЕЛЬНО НУЖНО. НАПРИМЕР УГРОЗА ИЛИ СТОЛКНОВЕНИЕ С НОВОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ.

ЧТО ИНТЕРЕСНО, КОГДА ВЫ ЛЮДЯМ ЧТО-ТО ГОВОРИТЕ, ОНИ НЕ ВОСПРИНИМАЮТ ЭТУ ИНФОРМАЦИЮ, ПОКА ВАШИ СЛОВА НЕ ПОДПАДАЮТ ПОД НЕКИЙ ШАБЛОН, КОТОРЫЙ БЫЛ ПРИНЯТ МОЗГОМ РАНЕЕ. ПОЭТОМУ ВАЖНО ДАТЬ ТАКУЮ ИНФОРМАЦИЮ, ЧТОБЫ ЛЮДИ СРАЗУ ВКЛЮЧИЛИСЬ.

# 7. НЕПРЕДСКАЗУЕМОСТЬ, ЛЮБОПЫТСТВО И СЮРПРИЗ

## 1. ЯЩИК СКИННЕРА

ЕСТЬ МАССА ИССЛЕДОВАНИЙ, КОТОРЫЕ ОБЪЯСНЯЮТ КАК НЕИЗВЕСТНОСТЬ ПРИВЛЕКАЕТ ЧЕЛОВЕКА. ОДНО ИЗ САМЫХ ИЗВЕСТНЫХ - ЯЩИК СКИННЕРА

УДОВЛЕТВОРЕНИЕ НАШЕГО ЛЮБОПЫТСТВА МОТИВИРУЕТ НАС БОЛЬШЕ, ЧЕМ РЕАЛЬНАЯ НАГРАДА.

# 7. НЕПРЕДСКАЗУЕМОСТЬ, ЛЮБОПЫТСТВО И СЮРПРИЗ

## 2. ЛОТЕРЕИ И РОЗЫГРЫШИ

РОЗЫГРЫШИ ДОВОЛЬНО ПОПУЛЯРНЫ, ПОТОМУ ЧТО ОНИ ДОБАВЛЯЮТ ЭЛЕМЕНТ РАЗВЛЕЧЕНИЯ, ПОТОМУ ЧТО ЛЮДИ ИМЕЮТ ВОЗМОЖНОСТЬ ВЫИГРАТЬ ПРИЗ. ЖЕЛАТЕЛЬНОЕ ДЕЙСТВИЕ - ЭТО ЧТОБЫ ЛЮДИ ДОСИДЕЛИ ДО КОНЦА, ОБЫЧНО РОЗЫГРЫШИ В КОНЦЕ.

## 3. СВЕТАЩИЙСЯ ВЫБОР

ВО МНОГИХ ИГРАХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ БРОШЕН В ВИРТУАЛЬНЫЙ МИР С МНОЖЕСТВОМ ВЕЩЕЙ И УСЛОВИЙ. ОДНАКО ИГРОК НИКОГДА НЕ ПУТАЕТСЯ В ТОМ, ЧТО ЕМУ НУЖНО СДЕЛАТЬ. ПОТОМУ ЧТО ВСЕГДА ЕСТЬ СВЕТАЩИЕСЯ ПОДСКАЗКИ ИЛИ ПЕРСОНАЖАХ МИГАЕТ И ТРЕБУЕТ ОБРАТИТЬ НА СЕБЯ ВНИМАНИЕ.

ПРИ НАЖАТИИ НА НЕГО, ОН ПОДСКАЖЕТ КАК ДВИГАТЬСЯ ДАЛЬШЕ. ИГРОК ТЕПЕРЬ ЗНАЕТ ЧТО ДЕЛАТЬ И НЕ ЧУВСТВУЕТ СЕБЯ БРОШЕННЫМ.

# 7. НЕПРЕДСКАЗУЕМОСТЬ, ЛЮБОПЫТСТВО И СЮРПРИЗ

## 4. СЛУЧАЙНЫЕ НАГРАДЫ

ПРИ СЛУЧАЙНЫХ НАГРАДАХ, УЧАСТНИК ПОЛУЧАЕТ ИХ ВЫПОЛНИВ ОПРЕДЕЛЕННОЕ ДЕЙСТВИЕ. ИСПОЛЬЗУЯ ЭТУ ТЕХНИКУ, ВЫ ВЫЗЫВАЕТЕ ВОЛНЕНИЕ У ИГРОКОВ, КАК ПОД РОЖДЕСТВО. ОНИ ВИДЯТ ПОДАРКИ ПОД ЕЛКОЙ И ЗНАЮТ, ЧТО ДО ОПРЕДЕЛЕННОГО МОМЕНТА ОНИ ИХ НЕ ПОЛУЧАТ.

## 5. ПАСХАЛЬНЫЕ ЯЙЦА

ПАСХАЛЬНЫЕ ЯЙЦА (ИЛИ НЕОЖИДАННЫЕ СЮРПРИЗЫ) ДАЮТСЯ БЕЗ СОГЛАСИЯ, ДАННОГО ЗАРАНЕЕ. ДРУГИМИ СЛОВАМИ, ПАСХАЛЬНЫЕ ЯЙЦА ЯВЛЯЮТСЯ НАГРАДАМИ, ОСНОВАННЫМИ НА НЕОЖИДАННЫХ ТРИГГЕРАХ.

НАШ МОЗГ ОБРАЩАЕТСЯ К ЭЛЕМЕНТУ НЕОЖИДАННОСТИ И ДОБАВЛЯЕТ СЕБЕ ВОЛНЕНИЯ И НАДЕЖД. НЕОЖИДАННЫЕ НАГРАДА СТИМУЛИРУЮТ КЛИЕНТОВ ВОЗВРАЩАТЬСЯ С НАДЕЖДой.

ПАСХАЛЬНЫЕ ЯЙЦА ОБЛАДАЮТ ДВУМЯ ЭФФЕКТАМИ: ПЕРВЫЙ - ЖЕЛАНИЕ ЛЮДЕЙ РАССКАЗЫВАТЬ О ВЫИГРЫШЕ. И ВТОРОЙ, ЖЕЛАНИЕ ПОПРОБОВАТЬ ЕЩЕ, ПОВТОРИТЬ ВЫИГРЫШ.

## 8. ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ ПОТЕРИ, БЕЗОПАСНОСТЬ, ИЗБЕГАНИЕ

ДРАЙВЕР МОТИВИРУЕТ ЗА СЧЕТ СТРАХА И ПОТЕРИ.

ЭТО КОНЦЕПЦИЯ ВО МНОГИХ ПОПУЛЯРНЫХ ИГРАХ - ВЫИГРАЙ, ВЫЖИВИ ИЛИ УМРИ. В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ДИЗАЙНА ИГРЫ, ЕСЛИ ВАС РАНИЛИ, ВЫ ПОТЕРЯЕТЕ ЧТО-ТО ЗНАЧИТЕЛЬНОЕ, БУДЬ ТО МОНЕТЫ, ДЕНЬГИ, КОЛИЧЕСТВО ЖИЗНЕЙ ИЛИ ЧТО-ТО ДРУГОЕ.

## 8. ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ ПОТЕРИ, БЕЗОПАСНОСТЬ, ИЗБЕГАНИЕ

### 1. ЗАКОННОЕ НАСЛЕДИЕ

МЕТОД ИГРЫ, КОТОРЫЙ СНАЧАЛА ЗАСТАВЛЯЕТ ИГРОКА ДУМАТЬ, ЧТО ЕМУ ЧТО-ТО ПРИНАДЛЕЖИТ, ЧТОБЫ ПОТОМ ОСТРЕЕ ЧУВСТВОВАТЬ ОТСУТСТВИЕ.

## 8. ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ ПОТЕРИ, БЕЗОПАСНОСТЬ, ИЗБЕГАНИЕ

2. МИМОЛЕТНАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ, ЭТО ВОЗМОЖНОСТЬ КОТОРАЯ ИСЧЕЗНЕТ, ЕСЛИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ НЕ ПРЕДПРИМЕТ ЖЕЛАЕМОЕ ДЕЙСТВИЕ НЕМЕДЛЕННО. ОДНА ИЗ САМЫХ СЕНСАЦИОННЫХ ЗАДУМОК ИГРЫ DIABLO III, МАЛЕНЬКИЙ МОНСТР. ИГРОКИ ДОЛЖНЫ ЕГО ПОБЕДИТЬ В ОПРЕДЕЛЕННЫЙ ПЕРИОД ВРЕМЕНИ ИНАЧЕ ОН БУДЕТ ВРЕДИТЬ ПОСТОЯННО. ДА, ЗА ЕГО УБИЙСТВО ВЫПАДАЮТ РЕДКИЕ НАГРАДЫ.

В РЕАЛЬНОМ ЖЕ МИРЕ, ЭТО ПРОИСХОДИТ ТАК: ЗАВЕРШЕНИЕ СДЕЛКИ СЕГОДНЯ ВО ЧТОБЫ ТО НЕ СТАЛО. НАПРИМЕР КУПИ АВТОМОБИЛЬ, ПОТОМУ ЧТО ЗАВТРА СГОРИТ СКИДКА.

ЭТО ЯСНО, А КАК НАСЧЕТ ПОЖЕРТВОВАНИЙ? ПОЖЕРТВУЙ ДОЛЛАР СЕГОДНЯ И ОН УДВОИТСЯ.

ОГРАНИЧЕНИЯ ПО ВРЕМЕНИ ЗАСТАВЛЯЮТ НАС ДЕЙСТВОВАТЬ БЫСТРО. СООТВЕТСТВЕННО С ЭТОЙ ТЕХНИКОЙ ХОРОШО ПРИЖИВАЕТСЯ ТАЙМЕР ОБРАТНОГО ОТСЧЕТА.

ТАЙМЕР ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ ВИЗУАЛЬНЫЙ ДИСПЛЕЙ, ГДЕ ОТСЧИТЫВАЕТСЯ ВРЕМЯ ДО НАСТУПЛЕНИЯ СОБЫТИЯ. ИНТУИТИВНО ТАЙМЕР ДОЛЖЕН ПОКАЗЫВАТЬ КОРОТКИЕ ПРОМЕЖУТКИ (СЕКУНДЫ), А НЕ МЕСЯЦЫ ИЛИ ГОДА).

## 8. ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ ПОТЕРИ, БЕЗОПАСНОСТЬ, ИЗБЕГАНИЕ

### 3. ЛЕНЬ

НАША ЗАДАЧА, РАЗРАБОТАТЬ ТАКИЕ ДЕЙСТВИЯ, ЧТОБЫ НЕ БЫЛО МЕСТО ЛЕНИ.

НИР ЭЯЛЬ, СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРИВЫКАНИЮ, РАЗРАБОТАЛ МОДЕЛЬ, КОТОРАЯ ПРИВЛЕКАЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ НА ВЫПОЛНЕНИЕ РУТИННЫХ ДЕЙСТВИЙ БЕЗ СИЛЬНЫХ УМСТВЕННЫХ ЗАТРАТ.

ЭТА МОДЕЛЬ НАПРАВЛЕНА НА СОЗДАНИЕ ВНУТРЕННИХ И ВНЕШНИХ ТРИГГЕРОВ, КОТОРЫЕ НАПОМИНАЮТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЮ О СОВЕРШЕНИИ НУЖНЫХ ДЕЙСТВИЙ. ПОСЛЕ ТОГО, КАК ЧЕЛОВЕК СОВЕРШИЛ ДЕЙСТВИЕ, ОН ПОЛУЧАЕТ НАГРАДУ.



## 8. ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ ПОТЕРИ, БЕЗОПАСНОСТЬ, ИЗБЕГАНИЕ

### 3. ЛЕНЬ

НАША ЗАДАЧА, РАЗРАБОТАТЬ ТАКИЕ ДЕЙСТВИЯ, ЧТОБЫ НЕ БЫЛО МЕСТО ЛЕНИ.

НИР ЭЯЛЬ, СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРИВЫКАНИЮ, РАЗРАБОТАЛ МОДЕЛЬ, КОТОРАЯ ПРИВЛЕКАЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ НА ВЫПОЛНЕНИЕ РУТИННЫХ ДЕЙСТВИЙ БЕЗ СИЛЬНЫХ УМСТВЕННЫХ ЗАТРАТ.

ЭТА МОДЕЛЬ НАПРАВЛЕНА НА СОЗДАНИЕ ВНУТРЕННИХ И ВНЕШНИХ ТРИГГЕРОВ, КОТОРЫЕ НАПОМИНАЮТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЮ О СОВЕРШЕНИИ НУЖНЫХ ДЕЙСТВИЙ. ПОСЛЕ ТОГО, КАК ЧЕЛОВЕК СОВЕРШИЛ ДЕЙСТВИЕ, ОН ПОЛУЧАЕТ НАГРАДУ.

# 8. ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ ПОТЕРИ, БЕЗОПАСНОСТЬ, ИЗБЕГАНИЕ

## 4. СТРАХ УПУСТИТЬ

В ЖИЗНИ МЫ БОИМСЯ ПОТЕРЯТЬ ТО, ЧТО У НАС ЕСТЬ. НО ТАКЖЕ МЫ БОИМСЯ ПОТЕРЯТЬ ЧТО МОГЛИ БЫ ИМЕТЬ.

КОГДА СТИВ ДЖОБС ВЕРБОВАЛ ИСПОЛНИТЕЛЬНОГО ДИРЕКТОРА ПЕПСИ, ОН СКАЗАЛ: ВЫ ХОТИТЕ ДО КОНЦА СВОИХ ДНЕЙ ПРОДАВАТЬ СЛАДКУЮ ВОДУ ИЛИ ПОЛУЧИТЬ ШАНС ИЗМЕНИТЬ МИР?

# 8. ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ ПОТЕРИ, БЕЗОПАСНОСТЬ, ИЗБЕГАНИЕ


## 5. ТЮРЬМА ПОТАЙНОЙ СТОИМОСТИ

ПРЕДСТАВЬТЕ СИТУАЦИЮ, ЧТО ВЫ ИГРАЛИ В ИГРУ В ТЕЧЕНИЕ ДЛИТЕЛЬНОГО ВРЕМЕНИ И ОНА НАЧАЛА СТАНОВИТЬСЯ СКУЧНОЙ И БЕССМЫСЛЕННОЙ. ВЫ СПРАШИВАЕТЕ СЕБЯ ПОЧЕМУ ВЫ ПРОДОЛЖАЕТЕ ИГРАТЬ, НО ПОДСОЗНАТЕЛЬНО ВЫ ПОНИМАЕТЕ, ЧТО ЕСЛИ ВЫ ВЫЙДЕТЕ ИЗ ИГРЫ, ТО БУДЕТЕ СТРАДАТЬ ОТ ПОТЕРИ РЕГАЛИЙ, ФИШЕК И Т.П.

В РЕЗУЛЬТАТЕ, ЧТОБЫ ИЗБЕЖАТЬ ЭТОГО ГНЕТУЩЕГО ЧУВСТВА ПОТЕРИ И ПУСТОТЫ ВЫ ПРОДОЛЖАЕТЕ ИГРАТЬ, НО С БОЛЬШЕЙ ИНТЕНСИВНОСТЬЮ.

ЗАПОМНИТЕ, НАПОМИНАЙТЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМ ВРЕМЯ ОТ ВРЕМЕНИ, ЧТО ОНИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ПОМОГАЮТ МИРУ И ОНИ НЕ ДОЛЖНЫ ОТКАЗЫВАТЬСЯ ОТ НАКОПЛЕННОГО. ЭТОТ МЕТОД СЛЕДУЕТ ИСПОЛЬЗОВАТЬ ТОЛЬКО ТОГДА, КОГДА ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ СОБИРАЕТСЯ ПОКИНУТЬ СИСТЕМУ.

# ДЗ1

1. ПОСМОТРЕТЬ ВЕБИНАР И ПРОЧИТАТЬ ПРЕЗЕНТАЦИЮ. НАЙТИ КОДОВЫЕ СЛОВА 
2. ОТПРАВИТЬ КОДОВЫЕ СЛОВА В СООБЩЕНИЯ ГРУППЫ.
3. ПРИВЕСТИ ПРИМЕР ДЛЯ КАЖДОГО ДРАЙВЕРА (НА ПРИМЕРЕ СВОИХ УРОКОВ):  
№ ДРАЙВЕРА, НАЗВАНИЕ ДРАЙВЕРА, ПРИЕМ.

НАЗВАНИЕ ДРАЙВЕРА БРАТЬ С ПОДРОБНОЙ СХЕМЫ С ЛИСОМ.

ПОД ЭТИМ ПОСТОМ НАПИСАТЬ КОММЕНТАРИЙ: ВСЕГО ... ДРАЙВЕРОВ. И ДАЛЕЕ  
ВАШИ ПРИМЕРЫ: 1, 2, 3...

4. ДЕДЛАЙН ДЗ1 ДО 20.05 23.59 МСК

# ВАЖНО!

ЕСЛИ ВЫ ПРОСТО ИСПОЛЬЗУЕТЕ OStALYSIS КАК КОНТРОЛЬНЫЙ СПИСОК, ВАША КОНСТРУКЦИЯ БУДЕТ ИМЕТЬ ТОЛЬКО ОБОЛОЧКУ, НО НЕ СУЩНОСТЬ.

ВАС ЖДЕТ УСПЕХ, ЕСЛИ ВЫ МАКСИМАЛЬНО ПРИМЕНИТЕ СВОИ ТВОРЧЕСКИЕ СПОСОБНОСТИ И ПРИДУМАЕТЕ ИНТЕРЕСНЫЕ КОНЦЕПЦИИ, КОТОРЫЕ УВЕЛИЧАТ ВАШИ БИЗНЕС-ПОКАЗАТЕЛИ.