

**Совершенствование модели коммуникации с потребителем путем внедрения механизмов геймификации**

Л.Р. Хакимова, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург

М.О. Цветкова, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург

Научный руководитель – Д.В. Соловьева, Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург

Маркетинг, как известно, всегда ориентирован на потребительские запросы. Различные инновации способствуют тому, что потребитель действует по заранее выстроенному сценарию, созданному компанией. Так, одним из трендов коммуникации с потребителем стало использование геймификации. Геймификация – это инструмент, позволяющий перенести методы проектирования игр в неигровые области. В основе геймификации лежит принцип обеспечения получения постоянной и измеримой обратной связи от пользователя, которая помогает в режиме реального времени корректировать продукт под его поведение и делать его более персонализированным.

Сейчас ведущей формой развлечения являются видеоигры. Потребители привыкли к игровым механикам, воспринимают их, как нечто приятное. Поэтому геймификация – мощный инструмент мотивации к использованию услуг компании и повышения лояльности. Элементы геймификации активно распространяются в разных сферах, начиная с 2015 года.

В связи с этим, цель данной работы – моделирование системы коммуникации с потребителем через внедрение механизмов геймификации в процесс взаимодействия мобильного оператора и конечного абонента.

**Общие сведения**

Основной макросредой для всех компаний, предоставляющих услуги сотовой связи, является рынок, который включает в себя товары, клиентов и конкурентов. Однако сегодня большее внимание стоит уделять коммуникации с клиентами, так как становится важна персонализация предложения, а товарное предложение перестает быть уникальным. Мы считаем, что персонализированная коммуникация с использованием трендовых механизмов геймификации способна не только привлечь клиента к использованию услуг сотового оператора, но и повысить его LTV (Life Time Value, пожизненную ценность) и увеличить размер среднего чека абонента. Поэтому такая стратегия коммуникации становится приоритетным развитием для операторов сотовой связи.

По области применения данная инновация является технологической, она предполагает использование непрерывной коммуникации с лояльным потребителем, путём вовлечения его в личный кабинет с помощью голосового помощника, также увеличение вовлеченности в продукт, путем развития когнитивной, эмоциональной, ситуативной вовлеченности. То есть, создание информационной среды с помощью механизмов геймификации формировать положительные отношения и ассоциации с брендом, создавать ситуации взаимодействия с компанией и ее продуктами.

Существенные отличия инновационного предложения от существующих на рынке:

- новая система коммуникации с потребителями с использованием механизмов геймификации;
- данная услуга проектируется для поддержания коммуникации с клиентами, вовлечения их к потреблению услуг сотового оператора;
- геймификация позволяет быстрее и лучше усваивать информацию;
- геймификация мотивирует к познанию.

## **Результат**

На основании проведенного исследования и анализа данной рынка мобильных операторов, был предложен инновационный продукт: автоматизированный умный помощник и система поощрений абонентов. Разработка такого продукта обусловлена трендами общемирового рынка: создание голосовых помощников, переход на голосовое управление, внедрение механизмов геймификации, нацеленность увеличения жизни клиента в компании. Более того, было проведено тестирование данного продукта путем проведения глубинного интервью и экспертного опроса. Они доказали, что необходимость в этом инновационном проекте присутствует, более того, реальна его реализация. Также была доказана обоюдная польза для самого мобильного оператора и абонента.

### **Использованные источники**

1. Клыженко Л. Nielsen: «Тренд на удобство может пересилить экономический кризис» // Портал retail.ru [Электронный ресурс]: <https://www.retail.ru/articles/171578/>(дата обращения: 16.01.2019)
2. Липатов М. Как оптимизировать сайт под голосовой поиск //Портал uplab [Электронный ресурс]: <https://www.uplab.ru/blog/how-to-optimize-your-site-f..>(дата обращения: 16.01.2019)
3. Что такое геймификация и как она спасёт вашу компанию? [Электронный ресурс]: <https://obk.kz/news/ekonomika/technologies/item/127760-что-такое-геймификация-и-как-она-спасет-вашу-компанию> (дата обращения 14.01.2019)
4. Принципы геймификации — возможность повысить интерес к компании без прямой рекламы [Электронный ресурс]: <http://skypromotion.ru/marketing/1643-principy-gejmifikacii-vozmozhnost-povysit-interes-k-kompanii-bez-priamoj-reklamy.html>(дата обращения 12.01.19)