



easypromos

.....

Cómo crear un juego online para multiplicar tu engagement



Presentador:

Carles Bonfill - CEO Easypromos (@carles) (@easypromos)

Índice

1. **Agenda**

- a. El engagement actual
- b. Los beneficios de la Gamificación

2. **Cómo crear un Puzle online paso a paso**

- a. Qué vamos a aprender
- b. 3 modalidades de participación
- c. Cómo crear un puzle online paso a paso

3. **Otros tipos de juegos online**

- a. Juego del Memory
- b. Juego de Relaciona Parejas
- c. Sopa de letras
- d. Buscas objetos ocultos
- e. Cuestionarios
- f. Photofun y Escenarios
- g. Ruletas de premios

El engagement - ¿dónde estamos?

1. Facebook y los perfiles de empresa
2. Foco en las interacciones sociales: Me gustas, compartir, comentarios.
3. Cantidad de información + Competencia:
 - a. Algoritmo de Facebook
 - b. Políticas de Facebook: Engagement bait

El engagement - Problema

A decorative network diagram in the top right corner, consisting of various sized circles (nodes) connected by thin lines (edges). Some nodes are solid grey, while others are hollow with a grey outline. The connections form a complex, interconnected web.

1. Marketers: agotamiento de la creatividad
 2. El engagement social ya no depende del contenido
 3. Medir el engagement únicamente con interacciones sociales está limitado
 4. Esclavo de las Redes Sociales, sus modas, sus políticas, sus cambios
- 
- A decorative network diagram in the bottom left corner, similar to the one in the top right, featuring a cluster of nodes and connecting lines.

El engagement - Definiciones

“percepción general de un negocio por parte del cliente”

“el compromiso emocional con una marca”

“una relación impulsada por las interacciones entre una marca y sus clientes”.

En Easypromos decimos:

El engagement con la marca se produce cuando un cliente interactúa de cualquier forma con tu marca o producto.



El engagement - Tendencia

Las marcas buscan el engagement de los usuarios fuera de la red social, y únicamente utilizan estas como medio de difusión

Beneficios:

- No dependes de las redes sociales.
- Más valores a medir más allá de una post social
- Puedo incentivar la interacción.
- Los datos pueden ser míos



El engagement - Nuestra fórmula



**MECÁNICA GAMIFICADA CON ELEMENTOS DE LA MARCA
+ REGISTRO CON CONSENTIMIENTO
+ INCENTIVO**

Conseguir engagement de marca a través de la gamificación con incentivos



El engagement - Datos

Encuentra todas las parejas idénticas en el menor tiempo posible.

🕒 38.5

👤 300



5.000 participantes
50.000 visitantes a la página de la promoción
3.000 nuevos seguidores en Instagram

Difusión orgánica en redes sociales
Widget en su página web
Publicidad pagada Facebook e Instagram
Stories en Instagram

¿Sabes cuál es el coste de producir este juego del memory en tiempo y dinero?

150 Euros
1 hora

El engagement - Datos

Main statistics

👤 Unique participants:	2981 [View]
👥 Participations:	68959 [View]
👤 Visits to My Networks:	145 [View]
🔗 Share button clicks:	320 [View]
👍 Total votes:	0 [View]
📄 Total page views (*):	115757 [View]
📄 Total visits (*):	7555 [View]
✉ Total emails sent:	0 [View]
🎮 Total Games played:	67273 [View]
🕒 Total Time played:	17d 7h 4m 49s [View]

Resuelve el puzzle para descubrir qué imagen esconde 😊

🕒 29.4

Ayuda



¿Sabes cuál es el coste de producir este juego del memory en tiempo y dinero?

150 Euros
1 hora

El engagement - Datos

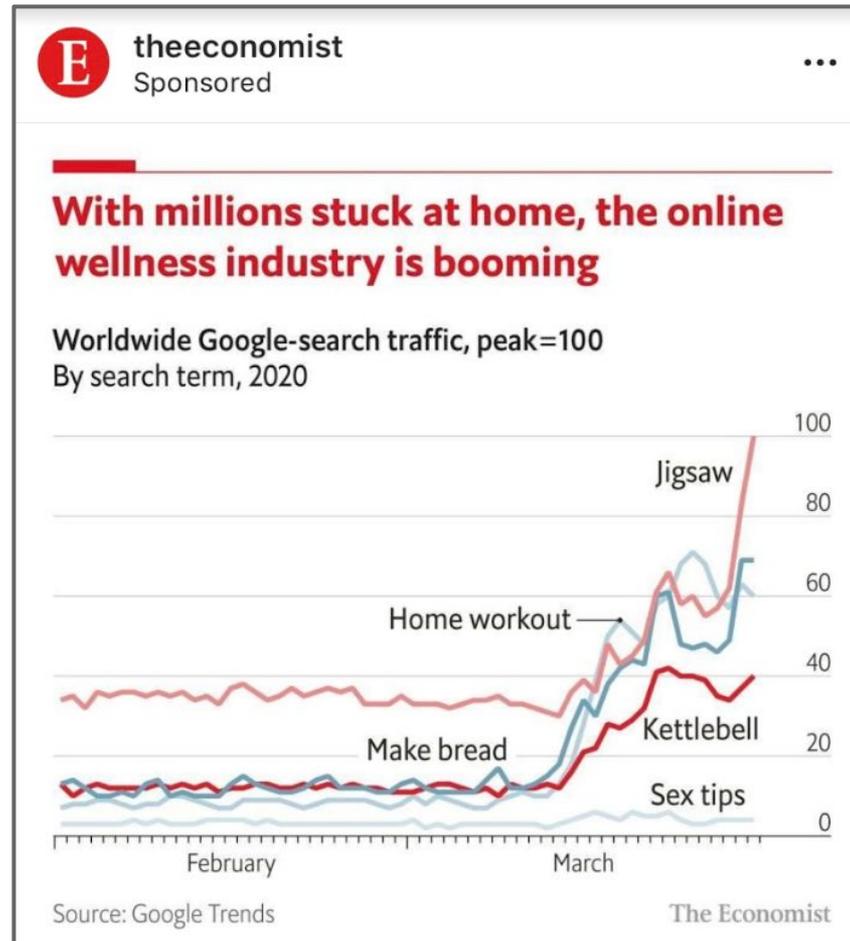


Main statistics

👤 Participations:	534 [View]
👤 Visits to My Networks:	0 [View]
🔗 Share button clicks:	178 [View]
👍 Total votes:	0 [View]
📄 Total page views (*):	4512 [View]
📄 Total visits (*):	902 [View]
✉ Total emails sent:	0 [View]
🎮 Total Games played:	1435 [View]
🕒 Total Time played:	7h 9m 46s [View]

[(*) : This information is updated every 6 h]

EI engagement - Datos



Gamificación con Incentivos



1. Atrae a usuarios porque a todos nos gusta jugar.
2. Contenido interactivo atrae más que el contenido pasivo (70% mayor conversión)
3. Notoriedad de marca: productos y servicios
4. Incrementa tiempo de exposición
5. Captación de datos con consentimiento
6. Recurrencia a través de la competición



¿Es complicado crear una mecánica de gamificación con incentivos?

¡NO!

¿Vamos a crear un Puzzle paso a paso?

¿Qué vamos a aprender?

1. Decidir qué modalidad de registro me conviene según mis objetivos
2. Personalizar un juego del tipo pasatiempo con elementos de mi marca
3. Configurar el nivel de jugabilidad del juego
4. Entender cómo funciona el sistema de puntuación de los juegos
5. Diseñar las páginas del juego con mi diseño
6. Crear los textos legales del concurso
7. Obtener el consentimiento de tratamiento de datos de los participantes
8. Configurar mis redes sociales y los textos al compartir
9. Sistema de asignación de premios y ganadores:
 - a. Publicar la página de premios
 - b. Configurar y diseñar cupones de descuento únicos
 - c. Asignar premios a los ganadores: de asignación direct
 - d. Realizar un sorteo aleatorio entre todos los participantes en modo show
 - e. Publicar un ranking de ganadores y dar premios a los más rápidos
10. Enviar emails a los participantes de forma automática y manual
11. Publicar el juego: como microsite, como widget, como una pestaña en Facebook
12. Entender las estadísticas y las participaciones
13. Sincronizar los participantes y sus datos con sistemas externos

Pero antes...

Conoce las 3 dinámicas de participación



**Juego sin
Registro**



**Juego con Registro
tras jugar**



**Registro antes de
jugar**



Registro ANTES de jugar:

Duración

Más de una semana
(recomendado).

Principales objetivos:

Aumenta la retención y fidelización de clientes, incrementa el engagement, genera tráfico hacia la web.

Premios y ganadores:

Premio grande para el participante más rápido. También puedes dar premios menores para incentivar la participación diaria.

Dificultad

Dificultad alta (recomendado)

Participaciones:

3-5 participaciones diarias
(recomendado).

Otras recomendaciones:

Incrusta el juego en tu web para aumentar el tráfico.



Registro DESPUÉS de jugar:

Duración

Al menos una semana

Principales objetivos:

Captar nuevos leads, dinamizar las redes sociales, aumentar el engagement.

Premios y ganadores:

Un premio final a sortear entre todos los participantes o cupones descuento repartidos a todos los usuarios registrados.

Dificultad:

Dificultad baja (recomendado).

Participaciones:

El usuario puede probar **muchas veces** el juego pero sólo podrá registrarse y puntuar una vez.

Otras recomendaciones:

Comparte el juego en redes sociales para atraer más tráfico.



Juego SIN registro de usuarios:

Duración

Ilimitado.

Principales objetivos:

Generar engagement y entretenimiento para las comunidades online.

Premios y ganadores:

Sin premios.

Dificultad:

Dificultad **media**.

Participaciones:

Ilimitado.

Otras recomendaciones:

Inserta enlaces permanentes en tus redes sociales para difundir el juego a modo de contenido interactivo. Publica el enlace del juego de vez en cuando para conseguir más tráfico.



Vamos a crear un puzzle online

Incentivos:

1. Código único del 50% de descuento para un juego online de Easypromos, entre todos los que resuelvan el Puzzle.
2. Sorteo de una licencia de 1 mes BASICO PRO entre todos los participantes.



easypromos

¡MUCHAS GRACIAS!

Para más información puedes contactar cada día con nosotros de lunes a viernes vía chat. Te responderemos al momento a cualquier duda.

Nos encontrarás vía chat aquí en nuestra web www.easypromosapp.com

The screenshot shows the homepage of the website www.easypromosapp.com. The browser's address bar is highlighted with a red box. The navigation menu includes 'APLICACIONES', 'SOLUCIONES', 'PRECIOS', 'CONTACTO', and 'RECURSOS'. The main heading is 'CREA SORTEOS Y CONCURSOS'. Below it, a sub-heading reads 'la plataforma más completa y fiable para crear promociones en Instagram, Facebook, Twitter, YouTube o en cualquier web'. There are two buttons: 'VER VÍDEO' and 'VER LAS APLICACIONES'. A large text block states 'Más de 20.000 clientes han creado ya más de 2 millones de promociones con nosotros'. In the bottom right corner, a yellow 'Chat' button is highlighted with a red box, and a red arrow points down to it from the text above.