A persona ludos in porcos

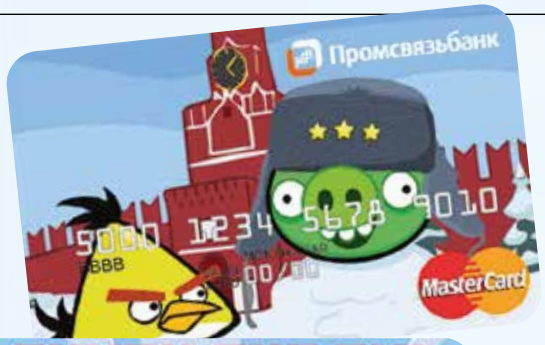
Игры, в которые играют клиенты



Текст
ЯНА ШИШКИНА,
ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР **«Б.О»**

Геймификация, как все сейчас, наверное, знают, — это применение в пользовательском ПО и программах лояльности техник и подходов, характерных для компьютерных (и не только) игр. В начале 2010-х годов ее рассматривали как один из ключевых IT-трендов. За последние 10–15 лет геймификация стала обыденностью, а последний хайповый всплеск интереса к ней был, когда все задумались о создании своих метавселенных. Однако это увлечение быстро сошло на нет, и сейчас в моду вошли «игры» с ИИ.

Первым подспудное желание людей постоянно играть описал голландский историк и культуролог **Йохан Хёйзинга** в 1938 году. Ключевыми мыслями его сочинения Homo ludens («Человек играющий» — с лат.) были такие утверждения: вся человеческая культура возникает и разворачивается в играх, доступ к которым свободен; игра и есть проявление свободы; игра — это не повседневная окружающая жизнь, смысл игры — в ней самой; у игр есть правила; игры в своей основе не базируются на материальном интересе играющих. Чуть позднее, в середине прошлого века, французский писатель, философ и социолог **Роже Кайуа** и американский психотерапевт и психолог **Эрик Леннард Берн** (настоящее имя — **Леонард Берштейн**) продолжили теоретизирование на тему роли игр в развитии человеческой цивилизации и культуры. И, по большому счету, все, что мы сейчас видим как маркетинговые приемы геймификации, основано на трудах этих западных ученых.





Итак, человек хочет играть всегда, даже когда что-то покупает или работает со своими деньгами. Это поняли в том числе банковские маркетологи, и, как пишет обозреватель «Б.О» **Светлана Орлова** в статье «Клиент хочет играть», один из таких характерных кейсов — это продукт американского банка PNC под названием Virtual Wallet, в который в нулевые годы была встроена функция Punch the Pig («Ударь свинью» — с англ.). Пользователь мог перевести деньги на сберсчет, просто нажав на анимированную свинью. Звук и визуальная обратная связь превращали рутинную операцию в действие с эмоциональным откликом. В первые пять месяцев после запуска Virtual Wallet было открыто более 12 тыс. новых счетов, то есть около 200 в день. Кстати, мало кто сейчас, наверное, помнит, что всего каких-то 13 лет назад Промсвязьбанк (который сейчас называется ПСБ и имеет уже давно других акционеров и иные стратегии) выпускал платежные карты с дизайном незатейливой компьютерной игрушки Angry Birds с птичками и свинками — персонажами очень популярной тогда и забытой сейчас игры.

Прошли годы, и сейчас российские банки геймифицируют не только дизайн карт, но и все, что только могут придумать и до чего им дают дотянуться традиционные бизнес-подразделения: вклады, кредиты, инвестиции и даже ипотеку. Не знаю, есть ли уже геймификация в казначейских системах и кэш-менеджменте, но, похоже, скоро она там тоже будет. Как пишет Светлана Орлова, ссылаясь на прогнозы компании Red Collar пятилетней давности, мировой рынок геймификации достигнет 30,7 млрд долларов в 2025 году, в чем мы скоро, вероятно, убедимся, ведь основную аудиторию клиентов все больше составляют миллениалы и поколение Z, для которых игровая логика — норма (порой — единственная логика, предположу я осторожно). В этой ситуации банки, которые не встроят игровые элементы в повседневные интерфейсы, в том числе корпоративные, окажутся в положении догоняющих. Нравится это классическим банкирам или нет, но играть с клиентами им придется все больше и больше, причем в такие игры, о которых они пока даже не догадываются. **Б.О**

«БАНКОВСКОЕ ОБОЗРЕНИЕ» СГЛАЖИВАЕТ УГЛЫ

Неизменный с 2004 года квадрат «Б.О» теперь будет со скругленными углами. Обновленный лого и айдентика бренда станут более похожими на иконки приложений, к которым все привыкли в смартфонах.

Почти 60% пользователей смотрят контент «Банковского обозрения» с мобильных устройств, и вероятно, эта доля будет дальше расти.

Около 80% аудитории сайта **bosfera.ru** моложе 45 лет.
В целом, «Банковское обозрение» в последние несколько лет трансформируется как медиаплощадка для разных отраслевых комьюнити финансового рынка и его проектов.

