

Presse-Information

Spielend zum Erfolg – Mit Mini-Games den Spaßfaktor von digitalen Marktplätzen erhöhen

Die Experten sind sich einig: Deutschlands Handel steht 2017 vor vielschichtigen Herausforderungen. Der Handel müsse aufhören über Omnichannel-Maßnahmen und die Verflechtung von Online und Offline zu reden. Die konsequente Umsetzung sollte nun an vorderster Stelle stehen. Auch für mehr Überraschungsmomente, Erlebnis und Entertainment sollte sich in den Läden und Fußgängerzonen gekümmert werden. Die Einbindung von Mini-Games ist hierfür ein sinnvolles Mittel, um den Spaßfaktor von digitalen Marktplätzen spielerisch zu erhöhen (Quelle: „Expertenumfrage: Was sind 2017 die größten Herausforderungen des Handels?“, location insider, 01/2017).

Oftmals stellt sich bei der Umsetzung von digitalen Marktplätzen die Frage nach einer nachhaltigen Nutzung. Eine Möglichkeit hierzu sind Mini-Games, die neben der Motivation der Nutzer auch die Interaktionen auf der Fläche enorm steigern können. So können abwechslungsreiche Spiele die Teilnahme an einer mobilen Umfrage oder das Suchen nach einem Geschäft zu einem spannenden Erlebnis werden lassen.

Ob sich wiederholende Aufgaben, die die Besuchsfrequenz von bestimmten Orten erhöhen sollen, zeitlich begrenzte Aufgaben, z. B. Rätsel oder Quizfragen zur Geschichte einer Stadt, Schnitzeljagden, schnelle Mini-Spiele oder einfache Fleißaufgaben – der Einsatzvielfalt sind hierbei keine Grenzen gesetzt.

Wo liegt der Mehrwert für die Beteiligten? Mini-Games kombiniert mit einem Belohnungssystem in Form von erstrebenswerten Preisen oder einer virtuellen Währung (Coins), würden doch jeden Bürger zum Mitmachen bewegen. Hat der App-Nutzer eine bestimmte Anzahl an Coins erreicht, so kann er diese gegen einen Preis, wie z. B. einen Stadionbesuch oder ein Freigetränk, einlösen. Auch die Einbindung von Mini-Games in Touren, wie z. B. Gastronomie-Touren, Shopping-Touren, Nachtleben-Touren u. v. m., kann die Attraktivität von digitalen Marktplätzen erheblich steigern. Doch nicht nur für die Bürger stellt dies einen interessanten Mehrwert dar. Stationäre Händler und Gastronomen können hier ebenfalls von mehr Frequenz und Kundenbindung profitieren.

Zudem kann anhand von Mini-Games eine regionale Community erzeugt werden. Die Bürger können innerhalb dieser Community nicht nur ihren eigenen, sondern auch den Status und Fortschritt von anderen Nutzern sehen. Hierdurch kann der Wettbewerbscharakter innerhalb eines digitalen Marktplatzes geweckt werden, indem man sich mit Freunden, Arbeitskollegen u. s. w. vergleichen kann. Durch das Sammeln von Punkten, die man beispielsweise durch den erfolgreichen Abschluss von Spielen, Aufgaben oder dem Besuch von Geschäften und Lokalitäten erhält, kann man in einer Art Liga sehen, auf welchem Rang man steht und wer

gegebenenfalls noch etwas besser ist. Mini-Games erhöhen den Spaßfaktor von digitalen Marktplätzen und lassen die Bürger zu echten Fans werden.

Über appyvenues

Von der Idee bis hin zum ganzheitlichen Marketingkonzept begleitet appyvenues Städte, Tourismus und Einzelhandel bei der digitalen Umsetzung von regionalen Marktplätzen – online und mobil.

Die Einbindung von Touren und Mini-Games sowie die ortsbezogene Interaktion auf der Fläche (z. B. durch Beacons) ermöglichen dem Tourismus und dem inhabergeführten Einzelhandel einen attraktiven Marketingkanal und den direkten Draht zu Kunden und Besuchern. Als cleveres Marketinginstrument mischt appyvenues städtische, touristische und gewerbliche Inhalte, um daraus ein nachhaltiges Marktplatzkonzept zur Steigerung der Attraktivität von Innenstädten und Regionen zu erarbeiten.

Beratung. Service. Nachhaltiger und erfolgreicher Betrieb. Ihr digitaler Marktplatz aus einer Hand.

www.appyvenues.de



Abb.: Mit Mini-Games den Spaßfaktor von digitalen Marktplätzen erhöhen

Kontakt

Hannes Becker (Marketingleiter)
1eEurope Deutschland GmbH
Max-Eyth-Str. 38
71088 Holzgerlingen
Telefon: +49 (0)7031 46 17 341
hannes.becker@1eEurope.de

Anzahl Wörter: 399; Anzahl Zeichen inkl. Leerzeichen: 2933