

کنفرانس علمی بازی پردازی و جایزه گیمیفیکیشن ایران





درباره کنفرانس علمی بازی پردازی و جایزه ملی گیمیفیکیشن ایران

کنفرانس علمی بازی پردازی و بازاریابی به عنوان اولین کنفرانس علمی در حوزه "گیمیفیکیشن" افتخار دارد تا در سال ۱۴۰۱ پذیرای مدیران سازمانی، مدیران کسب و کارها، استادی دانشگاهی و دانشجویان علاقه مند به این حوزه جدید و جذاب باشد. همایش علمی بازی پردازی و بازاریابی بستره برای ارائه یافته های نوآورانه و عملی در دانشگاه ها، موسسات پژوهشی و کسب و کارها فعال در این حوزه است. این کنفرانس به دنبال ایجاد بستره است که ارتقای ارتباط بین نظریه و عمل را با نگاهی ویژه به تنگناهای حاصل از مشکلات بازاریابی و فروش را تسريع کند.

مخاطبین فردی کنفرانس

- مدیران عالی و میانی سازمان ها دولتی، شبه دولتی و شرکت های خصوصی
- مدیران و کارشناسان ارشد فروش و بازاریابان شرکت های خصوصی علاقه مند به مباحث نوین بازاریابی
- استادی دانشگاهی علاقه مند به حوزه گیمیفیکیشن
- دانشجویان کارشناسی ارشد و دکترا در رشته های مدیریت (تمامی گرایش ها) روانشناسی (تمامی گرایش ها) و کامپیوتر (تمامی گرایش ها)
- فعالین اقتصادی علاقه مند به حوزه بازاریابی نوین



بخش های کنفرانس



۱- بخش محصولات علمی و مقالات ارائه شده به کنفرانس

در این بخش کنفرانس بر طبق فرمت های تعیین شده به شکل فارسی و لاتین اساتید و دانشجویان علاقه مند به موضوع گیمیفیکیشن (بازی پردازی) مقالات علمی- پژوهشی خود را به دبیرخانه کنفرانس ارسال می کنند و مقالات پس از داوری در سامانه کنفرانس توسط هیئت داوری مورد پذیرش قرار می گیرد و در پایگاه های دانش معتبر نمایه خواهد شد. در این بخش به همه مقالات ارسال شده حضوری و غیر حضوری گواهی معتبر شرکت در کنفرانس ارائه خواهد شد. ضمناً در پایان کنفرانس به مقالات برگزیده جایزه ویژه کنفرانس به همراه یادبود ارائه خواهد شد. البته دریافت مقاله ها محدود به موضوع بازاریابی و بازی کنفرانس با همکاری دانشگاه های معتبر و با حمایت انجمن های علمی و موسسات معتبر علمی برگزار می شود.



محور های کلی مقالات ارسالی:

گیمیفیکیشن و بازاریابی

گیمیفیکیشن در منابع انسانی و رفتار سازمانی

گیمیفیکیشن و روانشناسی

گیمیفیکیشن در رشته کامپیوتر (شیوه های کد نویسی، طراحی بازی های ویدئویی، طراحی وب سایت، طراحی اپلیکیشن و باشگاه مشتریان و...)



۲- بخش جایزه ملی گیمیفیکیشن به استارتاپ ها و موسسات فعال در این حوزه

در این بخش کنفرانس بر طبق فرمت استاندارد داوری تعیین شده نرم افزار ها و سامانه های طراحی تمام کسب و کار های علاقه مند و فعال در این حوزه که دارای محصول مرتبط با حوزه گیمیفیکیشن هستند یک نسخه از محصول خود را به همراه فرمت تکمیل شده داوری به دبیرخانه کنفرانس ارسال می کنند و محصولات نرم افزاری پس از داوری در سامانه کنفرانس توسط هیئت داوری مورد پذیرش قرار می گیرند. در این بخش به همه کسب و کارهای شرکت کننده در کنفرانس چه به شکل حضوری و غیر حضوری گواهی معتبر شرکت در کنفرانس ارائه خواهد شد. ضمناً در پایان کنفرانس به شرکت های برگزیده جایزه نقدی ویژه، جایزه ویژه کنفرانس به همراه لوح یادبود ارائه خواهد شد.





محور های رقابت محصولات کسب و کارها در این کنفرانس:

- بازی های جدی و بازی های ویدئویی طراحی شده در داخل ایران
- نرم افزار های آموزشی بازی پردازی شده (دارای ساختار گیمیفیکیشن) طراحی شده در داخل ایران
- نرم افزار های تجاری بازی پردازی شده (دارای ساختار گیمیفیکیشن) طراحی شده در داخل ایران
- باشگاه مشتریان (دارای ساختار گیمیفیکیشن) طراحی شده در داخل ایران



۴- پنل مشاوره تخصصی گیمیفیکیشن



مدیران کسب و کارها و شرکت هایی که نیاز به مشاوره تخصصی گیمیفیکیشن دارند می توانند از طریق لینک قرار داده شده در وب سایت نسبت به رزرو نوبت مشاوره اقدام نمایند.





در این همایش چه چیزهایی ارائه خواهد شد؟

ارائه جدیدترین یافته های علم بازاریابی در حوزه طراحی بازی، بازی پردازی و طراحی رفتار و وفاداری مشتریان

ارائه ایده های نوآورانه، تجربیات مفید، محصولات و یا خدمات ارزشمند در حوزه گیمیفیکیشن و طراحی بازی

سخنرانانی استاد بزرگ بازاریابی ایران که هرکدام کوله باری از تجربه و دانش را به رخداد علمی آورده اند

ارائه مقالات برتر کنفرانس به شکل سخنرانی. بخش هایی برای معرفی محصولات و کاربردهای مدیریت گیمیفیکیشن در کسب و کار



برای شرکت در همایش باید چه کار کنم؟

• همه افرادی که می خواهند در همایش شرکت کنند باید ابتدا در وب سایت همایش ثبت نام کنند. کسانی که علاقه مند به مشارکت محتوایی مانند ارسال مقالات هستند، علاوه بر ثبت نام باید، از طریق لینک ارسال مقالات، مقالات خود را ارسال کنند (به زمان ارسال مقالات دقیق کنید).

• در خصوص ثبت نام شرکت ها و استارتاپ ها در طرح جایزه ملی گیمیفیکیشن ایران نیز فرم مربوط به جزییات محصولات نرم افزاری را ابتدا باید از وب سایت دانلود کنند و پس از تکمیل از طریق پنل کاربری وب سایت نسبت به ادامه روند مشارکت اقدام نمایند. در انتها پس از داوری طرح ها کارت ورود به کنفرانس از طریق وب سایت برای اعضا صادر خواهد شد.

• در خصوص درخواست ثبت نام سازمانی(دسته جمعی و با تعداد بالا) برای اخذ کد تخفیف از طریق دبیر خانه کنفرانس مستقیماً اقدام نمایید.

• امکان شرکت در جلسات کنفرانس به شکل مجازی و دریافت گواهی حضور برای کلیه کسانی که پکیج غیر حضوری را انتخاب می کنند وجود دارد.

• افراد علاقه مند می توانند بدون مقاله علمی هم در کنفرانس شرکت کنند و گواهی معتبر حضور را دریافت کنند.

تمامی اطلاعات همایش همچون دستورالعمل تهیه مقاله، حove ثبت نام تاریخ های مهم، شرایط حمایت و ... در وب سایت همایش موجود می باشد.



مقالات و ایده ها و محصولات نرم افزاری چگونه انتخاب می شوند؟
انتخاب مقالات، محصولات شرکت ها و استراتژی ها و هرگونه مشارکت در
کنفرانس به استثنای سخنرانی های مدعو، از طریق فرایند داوری گزینش خواهند
شد. مقالات منتخب و محصولات برگزیده در روز برگزاری کنفرانس طبق برنامه به افراد
اعلام خواهند شد.

آدرس دبیرخانه کنفرانس: اصفهان - اتوبان شهید آقامابایی - شهرک سلامت - انتهای خیابان سپهر - بلوار هدایت -
اولین فرعی سمت راست - مجتمع اداری هدایت طبقه سوم واحد ۱
کد پستی: ۸۱۹۸۳۳۱۵۵۵
شماره تلفن: ۰۳۱-۳۶۶۳۵۲۷۳
شماره موبایل: ۰۹۱۲۰۶۰۴۴۷ _ ۰۹۱۲۰۶۹۷۰۰
وب سایت: WWW.IGCONF.IR



درباره برگزار کنندگان



شرکت ویستا طنین مدیران (VTM)

شرکت ویستا طنین مدیران در سال ۱۴۰۰ در راستای اعطای دانش مدیریتی کشور و فعالیت حرفه ای
در زمینه برگزاری کنفرانس های مدیریتی تاسیس گردید. این شرکت با دارا بودن بهترین متخصصان
حوزه بازاریابی و گیمیفیکیشن تلاش دارد تا به علاقه مندان به این حوزه خدمت رسانی کند.
چشم انداز این شرکت تبدیل شدن به برترین موسسه برگزار کننده همایش های حوزه بازی و
بازی پردازی در رده های مختلف است.

VISTA
VASTA TANIN MODIRAN
Improve yourself...



چرا گیمیفیکیشن (بازی پردازی) برای کارها و سیستم حکمرانی کشورها مهم و حیاتی است؟



گیمیفیکیشن به عنوان یکی از جدید ترین پارادایم های علم مدیریت و بازاریابی به معنای استفاده از عناصر بازی در زمینه های غیر بازی مثل بازاریابی، آموزش، بهداشت، نیروهای مسلح، حکمرانی عمومی، کمپین های مردم نهاد و سایر موارد می باشد. هدف گیمیفیکیشن ایجاد تعامل موثر، رقابت بین مخاطبین و مشارکت حداکثری در رویداد های سازمانی است. اما مهمترین دلایل ضرورت پیدا کردن آشنایی با این موضوع در ادامه توضیح داده شده است.

تغییر نسل مشتریان و نیروی انسانی شرکت ها: نسل بازیکن های حرفه ای!

نسل جدید مشتریان شرکت ها که اغلب جوانان و نوجوانان هستند با روش های سنتی بازاریابی و تبلیغات دیگر انگیزش پیدا نمی کنند و در فرآیند های خرید و کمپین های شرکت ها مشارکت فعالانه ندارند. نسل جدید با کنسول های بازی بزرگ شدند و رسانه های اجتماعی نقش پر رنگی در سبک زندگی آنها داشته است. همچنین همین نسل به عنوان واجدین شرایط استخدام به عنوان نیروی انسانی وارد شرکت ها شده و با توجه به خصوصیات ویژه خود سیستم های منابع انسانی و مدیریت سازمان ها را با چالش مواجه می کنند. کاهش تعهد سازمانی، موثر نبودن انگیزانده های سنتی از جمله معضلات جدی سازمانها در مواجهه با این نسل جدید می باشد، لذا ساز و کار گیمیفیکیشن تنها مکانیزمی است که علم مدیریت برای پاسخگویی به تعامل با نسل جدید ارایه می دهد.



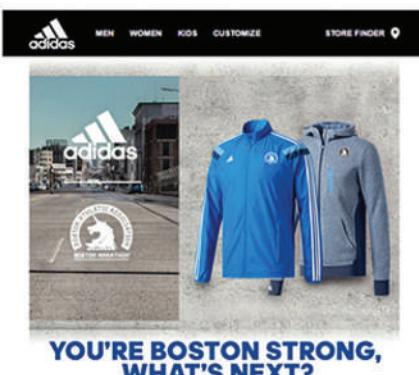
گرایش شرکت های موفق به گیمیفیکیشن در جهان



طبق گزارش های رسمی ۷۰٪ درصد از ۲۰۰۰ شرکت موفق موجود در مجله فورچون تا سال ۲۰۲۱ از یکی از استراتژی های گیمیفیکیشن در درون مکانیزم های خود استفاده کرده اند. این استفاده در بخش بازاریابی یا منابع انسانی اتفاق افتاده است. بدیهی است برای جا نماندن از این بازار قابتی و پیشگامی در موفقیت می باشد به سمت آشنایی و استفاده از این فرصت استثنایی حرکت کرد.



شکست کمپین های بازاریابی شرکت های بزرگ



کمپین های سنتی به شکل تکراری با محرك های ساده و مالی قطعا در قرن ۲۱ دیگر شанс موفقیت نخواهند داشت. تمام استراتژی های بازاریابی و فروش متحول شدند و نسل جدید انتظاراتی فراتر از یک ارائه ساده با ترفیعات تکراری از شرکت ها دارد. کمپین های شکست خورده و ضررهای میلیارددی زیادی برای نمونه و شاهد این مدعی داریم:

- Sony: "Racist" Print Ad
- McDonald's: UK TV Spot
- Adidas: Boston Marathon Email
- Dove: "Racist" Facebook Ad
- Ford: Print Misfire



توسعه بازار بازی ها و گیمیفیکیشن (Market size)

طبق اعلام وب سایت (www.growthengineering.co.uk) پیش بینی می شود که بازار جهانی گیمیفیکیشن از ۹/۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۰ به ۳۰/۷ میلیارد دلار تا سال ۲۰۲۵ با نرخ رشد سالانه مركب (CAGR) ۴٪ ۲۲٪ رشد کند. آمریکای شمالی بیشترین سهم از بازار جهانی گیمیفیکیشن را طی ۵ سال آینده به خود اختصاص خواهد داد. این آمار با توجه به تعداد کاربران اینترنت همراه در منطقه جغرافیایی و وجود افرادی که حداقل یک تلفن هوشمند دارند؛ ارائه شده است.



گیمیفیکیشن در کسب و کار



طبق گفته فوربس ، ۸۰٪ از کاربران تلفن های هوشمند بر روی دستگاه خود بازی های موبایل انجام می دهند و تقریباً ۵۰٪ هر روز بازی می کنند. علاوه بر این ، مردان و زنان به طور مساوی از برنامه های بازی موبایل استفاده می کنند. در حالی که نوجوانان بیشتر از بزرگسالان بازی های موبایل انجام می دهند ، ۶۲٪ از بزرگسالان از این برنامه ها استفاده می کنند. این آمار در واقع باعث می شود که بازی های موبایل بیشترین سهم را در صنعت بازی های ویدیویی داشته باشند.

Forbes





بانک ها



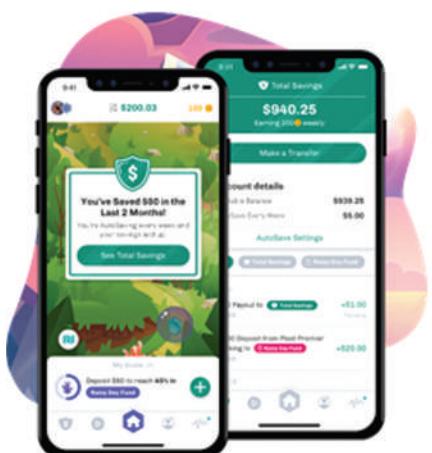
بانک ها از سازمان هایی هستند که به علت داشتن بخش های متنوع در درون ساختار خود و همچنین تنوع خدمات مالی خود به مشتریان، به شکل گسترده می توانند از استراتژی های گیمیفیکیشن بهره ببرند.

حوزه های مرتبط با بانک ها با گیمیفیکیشن:

- مشوق ها و کمپین های سپرده گذاری بلند مدت و کوتاه مدت
- طراحی برنامه پرداخت منظم اقساط تسهیلات
- باشگاه مشتریان
- استراتژی های منابع انسانی بازی محور و ...



Extraco eBank



بانک EXTRACO

برای کاهش بازخورد منفی مشتریان از حذف حساب های چک رایگان ، بانک EXTRACO بازی ای را با مکانیک راه اندازی کرد که در آن بانک مزایای تبدیل حساب های حساب مشتریان را توضیح داد. مشتریان یک سری سال راجع به عادت های هزینه های خود مرور کردند و روش های کاهش هزینه های جدید را با پرداخت قبض آنلاین یا سپرده مستقیم یاد گرفتند. در مقایسه با اعلام قبلی و رسمی قبلی ، آزمون ۷ برابر نرخ تبدیل داشت - ۴,۲۵۰ EXTRACO بازدید کننده داشت.

از این تعداد، ۱۱٪ به BONUS BANKING تبدیل شده اند ، این حساب در حال انجام است. آنها گفتند که نرخ تبدیل معمولی کمتر از ۱٪ است.



بانک ها چگونه از گیمیفیکیشن استفاده می کنند؟

بانکها می توانند از گیمیفیکیشن برای بهبود تعامل با اپلیکیشن و افزایش وفاداری مشتریان استفاده کنند. این یک راه عالی برای کاهش ریزش مشتریان و تمایز کردن بانک است. صنایع مالی که از گیمیفیکیشن استفاده می کنند می توانند از نظر درآمد، مقدار معامله و نرخ های تبدیل مالی از رقبا پیشی بگیرند.

دستیابی به یک سپرده گذار خوب یا یک وام گیرنده قابل اعتماد برای بانک ها هزینه زیادی دارد. با استفاده از گیمیفیکیشن در اپلیکیشن های بانکی، یک بانک می تواند مشتریان را با توجه به نیازهای خاص آنها هدف قرار دهد. ساختار بازی ها میل مردم به سرگرمی، هیجان، سادگی، تعاملات اجتماعی، پاداش و رقابت را جلب می کند. هم اکنون بانک های جهانی در حال امتحان مکانیک های بازی و طراحی تجربه متعالی هستند تا مردم را به استفاده از کارت های اعتباری و افتتاح حساب های سپرده تشویق کنند.

گیمیفیکیشن برای صنعت بانکداری به معنای تجربه خدمات بهتر برای مشتریان است که به وفاداری در میان گروه های هدف مشتریان منجر می شود.

مثال ساده از ساختار گیمیفیکیشن در صنعت بانکداری

برخی از نمونه های مکانیک های گیمیفیکیشن در اپلیکیشن یا باشگاه مشتریان بانک ها می توانند موارد زیر باشد:



تمکیل اهداف و امتیاز : پروفایل اطلاعات مشتری را کامل کنید و پاداشی مانند نشان امتیاز دریافت کنید.

وضعیت کاربران : کاربران با انجام فعالیت های مالی سطح یا رتبه خود را افزایش می دهند.

تابلوهای امتیازات : نشان می دهند چه کسی برنده است و به کاربران الهام می دهد تا برای رقابت بیشتر تلاش کنند.

گیمیفیکیشن در امور مالی چیست؟

در واقع، گیمیفیکیشن به مؤسسات مالی اجازه می دهد تا از داده های جمع آوری شده از قبل «بهره برداری» کنند، تا به مشتریان تجربیات شخصی و قانع کننده ای ارائه کنند و مشتریان خود را به سمت رفتارهای خاص و با فضیلت برای شرکت تشویق کند.

چگونه امور مالی را بازی پردازی کنیم؟

ما می توانیم با تعیین اهداف برای مشتری، تشویق او برای پیگیری و ردیابی آنها با خانواده و دوستان، امتیاز به رفتار او در صورت رسیدن به نقاط عطف در مسیر، پول و مکانیزم های مالی خود را بازی پردازی کنیم. ممکن است شما به عنوان مدیر بانک سعی کنید یک چالش پس انداز پول توسط مشتری، یک طرح پرداخت بدھی اقساط، یا هدف های کمپین مسئولیت های اجتماعی بانک را برای شروع انتخاب کنید.



گیمیفیکیشن در منابع انسانی چیست؟



گیمیفیکیشن در منابع انسانی شامل بکارگیری تکنیک‌های انگیزشی رفتار از ساختار بازی‌هاست که در موقعیت‌های غیربازی مثل آموزش و جانشین پروری کاربرد دارد. با افزایش تعداد نسل هزاره و ژنرال ZERS ها در نیروی کار سازمان‌ها، روش‌های سنتی آموزش و منابع انسانی پاسخگوی نسل جدید نیست. نسلی که به دنبال هیجان و تنوع طلبی است و با کنسول‌های بازی بزرگ شده است در ساختارهای خشک و بروکراتیک انگیزش کاری ندارد. بازی وارسازی فعالیت‌های منابع انسانی می‌تواند لبه تعامل مورد نیاز سازمان‌ها و نیروی انسانی آنها در قرن پیش رو باشد.

مثال‌های گیمیفیکیشن در صنایع مالی و بانکداری



CASH COACH چیست؟

CASH COACH یک برنامه الکترونیک است که در واقع مهارت پس انداز کردن را بازی وار می‌کند. این برنامه فناوری محو با استفاده از هوش مصنوعی برای تعیین اهداف صرفه جویی واقع بینانه و ارائه مربیگری مالی استفاده می‌شود. این برنامه برای افراد نسل جدید هزاره با درآمد متوسط هدف گذاری شده است. استفاده از CASH COACH سرگرم‌کننده است و این جذابیت ناشی از طرح‌های مالی رایگان و یا نرخ‌های تبدیل جذاب مالی است.



MASTERCARD, BARCLAYS RING, با مشارکت BARCLAYCARD US

یک کارت اعتباری اجتماعی را راه اندازی کرد. با استفاده از تکنیک‌های طراحی بازی برای جذاب‌تر کردن فعالیت‌های مرتبط با کارت، آنها یک جامعه اجتماعی از دارندگان کارت ایجاد کرده‌اند. ایده اصلی این پروژه «شکل دادن و سهیم شدن در موفقیت مالی محصول» است.

اعضای انجمن برای به اشتراک گذاشتن پیشنهادات و ایده‌های خود برای ویژگی‌های کارت اعتباری مورد ستایش قرار می‌گیرند و امتیاز می‌گیرند. جوايز آنلاین و آفلاین، مانند نشانهایی برای تبدیل به صورتحساب بدون کاغذ و کمک‌های خیریه از طریق برنامه بازپرداخت BARCLAYCARD، به بازاریابی محصول آنها کمک می‌کند.





پول نوا چیست؟

اپلیکیشن NOVA یک برنامه ریز پول شخصی بر اساس هوش مصنوعی است که به شما کمک می کند اهداف پس انداز را تعیین کنید و هزینه های خود را ردیابی کنید. بنابراین می توانید بر اساس توانمندی های این برنامه ببینید چه زمانی می توانید به اهداف خود به شکل بهینه برسید.

وب سایت [HTTPS://NOVAMONEY.COM](https://novamoney.com)





آدرس دبیرخانه کنفرانس:

اصفهان - اتوبان شهید آقابابایی - شهرک سلامت - انتهای خیابان سپهر - بلوار هدایت -
اولین فرعی سمت راست - مجتمع اداری هدایت طبقه سوم واحد ۱۱

کد پستی : ۸۱۹۸۳۳۱۵۰۵

شماره تلفن: ۰۳۱-۳۶۶۳۵۲۶۳

شماره موبایل:

۰۹۱۲۰۶۰۲۴۴۷

۰۹۳۹۶۰۹۶۹۰۰

وب سایت

WWW.IGCONF.IR

Conference Secretariat Address :

Isfahan - Shahid Aghababaei Highway - Salamat Town -
End of Sepehr St. - Hedayat Boulevard - The first branch
on the right - Hedayat Office Complex - third floor

Postal Code : ۸۱۶۴۹۵۶۱۷۶

Phone number : ۰۳۶۶۳۵۲۶۳-۰۳۱

phone number : ۰۹۱۲۰۶۰۲۴۴۷ - ۰۹۳۹۶۰۹۶۹۰۰

website : www.igconf.ir



IRANIAN NATIONAL CONFERENCE AND AWARD FOR GAMIFICATION

