



認真對待休閒賽

舉辦、發展以及充分利用休閒賽事的零售商指南

WPN.Wizards.com

認真對待休閒賽：舉辦、發展以及充分利用休閒賽事的

零售商指南

©2015 WIZARDS OF THE COAST LLC.

本書受到美國版權法所保護。嚴禁在未取得威世智的明確書面許可的情況下，複製或在未經授權下使用此處包含的材料或美術作品

威世智、魔法風雲會、龍與地下城，以及上述商標，不論在美國或其他國家，均為威世智有限公司的註冊商標。

請瀏覽我們的網站：WPN.Wizards.com



當我們談到“休閒賽事”時，我們指的是什麼？

我們指兩件事：**賽事結構**（對局結構、獎品結構）以及**賽事氣氛**（愉悅的心情、良好的比賽風度）。

本指南可在如何利用這些要素上幫到您。您會了解休閒賽事的樣貌、重要性以及其他店家如何靠它獲得成功。

內容

行休閒式比賽：日常

新客回流率增加75%	6
Games Academy如何因休閒賽而成長	7
3個能吸引新玩家的另類賽事構思	10

行休閒式比賽：週五認證賽

您的週五認證賽可以擴大15倍的原因	14
建立更好的週五認證賽	17
一個店家如何擴充其週五認證賽	21
擴充週五認證賽的3種方式	23

打造休閒氣氛：運用獎品

如何使您的獎品總量極臻完美	27
一窺全世界最成功的週五認證賽	28
「它將我們的售前賽推升到全新的境界」	32
為獎品增添色彩的3個構思	37

打造休閒氣氛：運用空間

擊敗網路競爭對手的一種方式	42
一個店家如何擊敗電子競爭對手	46
Armada Games的感恩方式	47



行休閒式比賽：日常



新客回流率增加75%

看看如何做



Games Academy如何因休閒賽而成長

當Fabio Zuccarini在大約八年前開設店家[Games Academy](#)時，他並不喜歡宣傳競爭賽。

他專注於店內的休閒賽制，提供由指揮官、窮人，以至起手包和Duel Decks等廣泛和多元化的遊戲體驗。



Fabio的主張很簡單：提供顧客可負擔的賽制，但同時藉由促進新的魔法風雲會產品的銷量來取得利潤。

起手包聯盟賽

一個明顯的例子是Games Academy的起手包聯盟賽。

每當有新系列上市時，Fabio便會舉行一場聯盟賽，玩家只能在賽事中使用新系列的起手包；只有當他們未能在遊戲中勝出時，才能添加來自新補充包的卡牌。

Fabio會記錄玩家在聯盟賽中拆開的所有補充包，確保賽事的誠信度，並教導顧客在休閒環境中進行遊戲。

MONDAY	Commander / League
TUESDAY	Intro Pack / League
WEDNESDAY	Standard
THURSDAY	Commander / Casual
FRIDAY	Commander / FNM + Standard / FNM
SATURDAY	Booster Draft



日復日的休閒賽

店家每週的日程是日復日休閒賽的絕佳範例。

店家在星期一舉行指揮官聯盟賽；星期二為起手包聯盟賽；星期三為標準賽；星期四為指揮官休閒賽；星期五為指揮官週五認證賽和標準週五認證賽；星期六則為補充包輪抽。

在每場賽事中，他都會提供平均的獎品分發方式來吸引新玩家。賽事中每個人至少能獲得一包補充包。

近代賽、薪傳賽或特選賽等「老手」賽制，僅會在大獎預選賽或初選專業資格賽等大型競爭賽中採用。

成果超出期望

2014年，Fabio售出了近二百包起手包和八十副Commander套牌，而他的店家也是義大利最早成為超高級店家的店家之一。

每當新的聯盟賽展開時，平均有25至30人參加。Fabio每個月會為至少八位新玩家報名。

週五認證賽結構改變後，週五認證賽能採用休閒賽制更進一步促進他的休閒賽業務。

在過去五年，Games Academy的魔法風雲會產品銷售取得了超過10%的增長，Fabio認為這是因為他專注於舉辦休閒賽。



3個能吸引新玩家的另類賽事構思

您舉辦些什麼賽事來吸引新玩家？「帶朋友來」之夜？「學學怎麼玩」賽事？這些都是永恆有效的不錯構思，但很多WPN店家還會以創新的方式另闢蹊徑來找到新玩家。

其中三個構思如下：

1. 「媽媽與我的魔法風雲會」

有時候，家長會對其子女喜愛的遊戲感到好奇，但又不太敢去參與。有時候，他們是魔法風雲會的老手，希望能分享他們的熱情。

[The Gameboard](#)的「媽媽與我的魔法風雲會」賽事能滿足兩者的需要，當中母親和子女會進行雙頭巨人賽事，與另一個母子或母女團隊對戰。

但賽事有一個特別之處：**如果經驗較多的玩家想向另一位玩家提供建議，他們便要犧牲一個永久物。**

店主Lynn Potyen回想起一場格外引人入勝的對局，其中一個團隊落後了很多，然後兒子想出了一種能存活下去的方法。他選擇犧牲一個永久物—使自己處於危險之中—務求讓其母能繼續進行遊戲。

「但這種做法湊效了，他們最終勝出！」Lynn說。

2. 魔法風雲會生日派對

剛過去的三月份，一位對魔法風雲會充滿熱情的年輕玩家的家長，要求Comics to Astonish的Keegan Conrad提供有關魔法風雲會的生日派對構思。

店家經理Ray Nee迅速插話說：「我們可以在店內為他們舉辦私人派對！」

產品和主辦人由Comics to Astonish提供、蛋糕和冰淇淋則由家長提供。結果他們在一個私人的貴賓式環境中舉辦了三個小時的魔法風雲會活動—對年輕玩家而言，這體驗尤其美好。



很多兒童首次體驗魔法風雲會，Keegan表示他們還有繼續回來參加週五認證賽。

「派對結束後，我不禁想：我們理應很多年前便想到要舉辦這類活動。」

3. 魔法風雲會文藝復興集會

四年以來，Dreamer's Vault的Jason Webster均會參與[明尼蘇達文藝復興節](#)，並且在節慶場地舉辦補充包輪抽賽。

輪抽賽的報名費包含節慶入場資格，費用與一般門票的價格相若。產品由節慶主辦方提供，Jason則提供獎品，以及牌套和套牌盒等配件。

Jason表示，文藝復興集會將各類型的新面孔帶進店家。

「這可能是我所舉辦過的賽事中，年齡組別最多元化的賽事。這是為我們打響知名度的極佳方式。」

Jason對與文藝復興集會合作的訣竅如下：

- 聯絡行銷部門
- 預先選擇後備場地，以供天氣惡劣時使用
- 原始風味 ([不設電腦和印表機](#))
- 送出可在店家兌換的兌換券
- 將執法嚴格度保持在「廚房餐桌」的水平



行休閒式比賽：週五認證賽



您的週五認證賽可以擴大15倍的原因

每逢週五，都有無數玩家為了魔法風雲會不可或缺的面對面社群體驗而齊聚，這是多年來這遊戲的命脈。

然後，週五認證賽出現。

94%的魔法風雲會遊戲是在家裡進行的。



在那麼多的玩家當中，只有6%擁有在店內的面對面體驗。

因此我們改革了週五認證賽。現在，您有更大的靈活性去吸引希望獲得這種無價的親身體驗，但又希望置身於令人放鬆的環境的玩家。



在首次體驗為休閒賽的新玩家當中，有75%人會繼續參與魔法風雲會。

以開放式比賽、「學學怎麼玩」賽事或多人賽制來為新玩家展開適合的新開始。現在的週五認證賽您想怎麼辦都行。

但這不代表經常參賽的玩家會有損失。



週五認證賽可以利用任何賽制舉行。

以Pandemonium Books and Games為例，其週五認證賽能滿足任何人的需求，提供近代到窮人賽，以至休閒開放式比賽。

Standard	6PM
Pauper	7PM
Modern	8PM
Commander	UNTIL 10PM
Casual Magic	ALL NIGHT

Pandemonium Books and Games

舉辦像Pandemonium般多元化的週五認證賽，既能滿足經常參賽的玩家，又能为新玩家提供入門方式。



建立更好的週五認證賽

2015年1月9日，[Pandemonium](#)的週五認證賽有71名玩家參與。25人參加標準賽、29人參加近代賽。

其餘17人則為了更好的週五認證賽而開闢新路徑。

對上日程表



當週五認證賽在2015年初改革後—所有賽制、更多贈卡、沒有最低玩家人數限制—Brandon Petitpren很快便將賽事多元化，為更多的休閒玩家增添項目。

以該17人為例—佔本已頗龐大的魔法風雲會參賽人數的24%。

典型的夜晚如下：

黃昏6點：標準賽

為休閒玩家提供新選項不代表其他人的選擇減少～標準賽依然於6點準時開始。

Brandon表示，添加休閒賽甚至使傳統賽事的人數也得以提升～新玩家能近距離地窺探那個世界，有時候難以抗拒其魅力。

晚上7點：窮人賽

在窮人賽中，玩家利用普通牌來構組整副套牌。Pandemonium所舉辦的窮人賽為免費參加、壓力不大的魔法風雲會構組賽。

Pandemonium的窮人聯盟賽作法如下：

每位玩家各構組三副套牌，其中不能有任何兩副套牌為同色。在六週的過程中，玩家會變換套牌，在多達三場的週度聯盟賽之夜，每週進行三場對局

在某些晚上，套牌會被放進牌盒內並且隨機發給玩家。您拿到哪副套牌便要用該副套牌比賽。

晚上8點：近代賽

Pandemonium以高級賽事為中心，建立了可觀的玩家社群。在新機制之下，該社群空前壯大。

「我們的標準賽和近代賽依然會有三四十歲的玩家參與。」

整晚：指揮官聯盟賽



三張週五認證賽贈卡為指揮官聯盟賽玩家而設。

Pandemonium的指揮官聯盟賽作法如下：

玩家不會在賽季中贏取分數，而是開始時擁有40分，然後在遊戲中「犯規」時失分，例如連續進行多於兩個回合，或是在一個戰鬥階段造成過多的傷害。

玩家群舉賽：方塊賽

「方塊」是利用魔法風雲會以往的牌所定制的輪抽賽制。

Pandemonium設有三組方塊，供任何能找到三位朋友一起玩的玩家參與。

Brandon表示，當較新的玩家看到經典、強大的牌張運作時，會令他們很興奮，而這有時候也能成為新賽制的起點。

即使並非如此，能夠吸引新一類的玩家已達目的。

「玩家社群絕對已經增長和變得多元化了。」Brandon說。

一個店家如何擴充其週五認證賽

在週五認證賽中專注於營造有趣而休閒的氣氛，將可產生長遠效果，能吸引新玩家前來暢玩和停留。

請參考[Know Dice Games](#)的Lee Wiegand的做法！

他找到了社群夥伴

當來自[美國男孩女孩俱樂部 \(Boys and Girls Club of America\)](#)的代表聯絡Know Dice Games時，他和他的員工一同前往拜訪，並攜帶了大量魔法 風雲會示範套牌，用來分發和教授遊戲玩法。



融入社群、啟發和教育兒童，以及傳播歡樂本身就是一種回報。但Lee很快便意識到這也是個機遇。

他在週五認證賽上舉辦「學學怎麼玩」活動

在男孩女孩俱樂部的體驗後，Lee決定舉辦另一個週五認證賽，並專注於指導新玩家。

這個新的週五認證賽免費、僅使用示範套牌而不設結構性比賽，並且以新玩家和經驗較淺的玩家為目標對象。

參與了該賽事的玩家，將可獲得數小時後開始的第二場週五認證賽的折扣優惠。資深玩家也包括在內！

事實上，Lee有一位資深玩家會定期出席並幫助指導新玩家。

他說更加休閒的賽事能帶來回報

約二十名玩家參加了最初幾場的「學學怎麼玩」週五認證賽—遠比他預期為多！

賽事不僅吸引到包括男孩女孩俱樂部成員在內的新玩家，還營造出更輕鬆友善的整體氣氛。

Lee解釋說，在他們於週五認證賽加入休閒賽之前，「有一些玩家甚至會在知道我們的高手玩家當晚會參賽後，於[週五認證賽]開始前先行離開。」

現在休閒的樂趣是我們的優先考量，而所有人都有獲得週五認證賽贈卡的平等機會。

您可試試仿效Lee的做法！聯絡[美國男孩女孩俱樂部](#)和[基督教青年協會](#)等當地社區組織，看看您如何可參與其中。然後於週五認證賽舉辦休閒賽，並邀請社群前來您的店家玩遊戲！

擴充週五認證賽的3種方式

還記得舊的週五認證賽結構嗎？只有幾種賽制可選？不設休閒賽？較少贈卡，以及更嚴格的發放贈卡原則？

試回想一下。您會希望自己能做些什麼？您想試行哪些富創意的構思？

現在大多數上述構思可能都已變得可行。週五認證賽開放給各種年齡和投入程度的玩家參與，並且可以用任何賽制舉行。

以下是讓您可予以充分利用的方式：

1. 所有賽制

試試玩家喜歡的任何賽制。甚至是未出現的賽制也可！

挑戰您的玩家想像出富創意的新遊戲方式。聰明的社群從一開始便已這樣做，現在他們可以在週五認證賽中繼續實行。

以下是摘錄自[reddit](https://www.reddit.com)的一些範例：



[MoggFanatic](#) 3 points 11 months ago

The working title is "Field Marshal". 60-card singleton deck, but you can have four of any one creature.

「戰場元帥。60張牌的無雙套牌，但您可以選一張生物牌放四張。」



[+] **kemikiao** 21 points 4 months ago

We're doing one for Halloween. Modern legal, must play halloween-y creatures only like Goblins, Spirits, Vampiers, Zombies, etc.

[permalink](#) [save](#) [report](#) [give gold](#) [reply](#)

「為萬聖節而設：近代賽制，但必須使用配合萬聖節主題的生物，例如鬼怪、精靈、吸血鬼、殭屍等。」



[+] **Rootkit9208** 6 points 11 months ago

Couch magic.

Play Magic across the couch with a friend.

Any permanents or spells that fall off the couch are exiled.

[permalink](#) [save](#) [report](#) [give gold](#) [reply](#)

「沙發魔法風雲會。與朋友在沙發上玩魔法風雲會。從沙發上掉下去的任何永久物和咒語會被放逐。」

2. 各種投入程度

[Pandemonium Books and Games](#) 恪守此理念，為各種能想到的玩家提供所需，無論是新玩家或資深玩家、休閒玩家或經常參賽的玩家。近代、窮人、指揮官聯盟賽—無所不包。



Pandemonium

Friday Night Magic kicks off with doors open at 4pm today! We've got an event for everyone this and every Friday!

Standard @ 6pm, \$5 entry. Store credit to top 8 & a participation pack of Fate Reforged for everyone else!

Pauper @ 7pm, \$5 entry. Store credit to the top 4 or 8!

Modern @ 8pm, \$5 entry. Store credit to the top 4 or 8!

Commander League open play goes all night long, and we give away 3 FNM promos to any League players at 10pm.

Even if you're not playing, it's a great time to hang out and talk Magic. See you tonight!

[Like](#) · [Comment](#) · [Share](#) · 1 hr

「即使您沒參賽也能前來和好友談論魔法風雲會並歡度時光。今晚見！」



3. 各種年齡

大量WPN店家正在以家庭為中心建立起穩健的社群。

例如[GamerzPair-a-Dice](#)設有「兒童天地」，為萌芽中的玩家提供活動。[GolemHeadGames](#)甚至設有一個供兒童為其平板裝置充電的站台。

現在他們可以在週五認證賽中將理念提升到另一個層次。父女雙頭巨人賽，家族三人團隊聯盟賽：有著無限的可能性。

現在正是開始探索這些可能性的時候！



打造休閒氣氛：運用獎品



如何使您的獎品總量極臻完美

利用此技巧協助提升新顧客的保持率！



一窺全世界最成功的週五認證賽

四局瑞士式賽程、每勝一局得一個補充包。

Madness Games的週五晚上與其他遊戲店家沒有兩樣。

唯一分別是它每週有250人參賽。



其獎品總量並非特別多，價格也非特別便宜。他們的成功因素是什麼？

「我真的無法解釋我們為什麼會有這個參賽人數。」店主Chris Mettler說。

然後，他非常清晰地說明了為什麼他們會有這個參賽人數。

令人放鬆的氣氛

“ [我們]建立了讓人們能在店內暢玩廚房餐桌式魔法風雲會的氣氛。

”

世界上最盛大的週五認證賽並非一直如此。2010年，Madness沉寂了一段長時間後，舉辦了吸引到30位玩家的奧札奇再起售前賽。

當時，這間位於北德州的魔法風雲會店家專注於賽事式遊戲，獎品也主要是贈給優勝者。雖然玩家有些抗拒，但Chris還是努力吸引尋求較為非正式環境的玩家—包括以更平均的方式分發獎品。

這是很精明的措舉：僅6%的魔法風雲會是以組織比賽的形式進行。Chris只不過開創了一個能吸引另外94%人的選項。



94%的魔法風雲會遊戲是在家中進行的。

在接下來的五年間，店家漸漸取得增長。

「參賽人數逐步上升，60人、80人、繼而是90人。」他說「[現在]有220至260人。」

貫徹一致而正面的體驗

“ 我們的[週五認證賽]貫徹一致。您可以預期會發生什麼事。 ”

保持令人放鬆的氣氛有助建立Madness無與倫比的成功。他們如何能維持？

「我們也想不明白。」Chris說。

但是根據[企業執行委員會](#)，Chris想不通之處其實是很合理的：94%的顧客會回來光顧將一切保持簡單、可靠且「不費勁」的商家。

「清楚而簡單。」Chris說。

Madness「不費勁」的週五認證賽是這樣的：

準時開始：「這是最簡單而首要的。」

作出常規宣佈：「進行實際的玩家會議。」

縮短對局之間的時間：「當對局快將結束時，您應該已處理了99%的結果。」

執行您的行為政策：「我這裡的顧客有年薪百萬、駕駛藍寶堅尼的CEO，也有騎單車兩英里前來這裡的玩家。他們的需求是一樣的。他們希望得到尊重。」

的市場能支撐像Chris的社群般龐大的社群嗎？大多數都不能。

您的店家能容納250人嗎？大多數都不能。

即使規模獨特，但策略卻是通用的：輕鬆的遊戲方式和貫徹一致是強大的工具。

將它們運用到您的店裡！

「它將我們的售前賽推升到全新的境界」

[The Dragon](#)籌備韃契可汗售前賽時有著一個清晰而可達成的目標：吸引50名玩家參賽以成為超高級店家。按照其慣常做法，他們的局數根據參賽人數而定。此外，其慣常做法是著重於向40%成績最優異的玩家發放獎品。

賽事收穫甚豐，共有64名玩家參加。但長達七個小時的過程令人疲憊不堪。

六個月後，韃契龍王取得近似的成功，卻沒有上述的缺點。店主Jennifer Haines聽取了當地2級裁判的建議，將賽事減至四局，並根據獲勝局數而送出獎品。

這是個非常簡單的改變，但卻帶來極大的效果。

Jennifer說：「這樣做可修正很多低效率的問題。」

包括：

1. 「沒有人在比賽期間中途離場」



由於玩家只要能在兩局中取勝便肯定會獲得獎品，因此任何至少贏了一局的玩家便有動力留下來參加到第四局。因此，他們會留下來。

「這是很令人驚嘆的。以往總是有人棄權離場。」

2. 「我們可以在賽事進行期間發放獎品」



由於排名無關緊要，因此當人們仍在作賽時，Jennifer便可開始派發獎品，這意味著賽事結束後的工作可大大減少。

「我們實際上準時開始了同一天的第二場售前賽。」

3. 它能傳遞一個訊息：「這是個可供您前來享受樂趣的賽事」

壓力不大的獎勵制度使人們從一開始便清楚自己不必因為輸掉遊戲而生氣。

「更平均的獎品分配和設定局數上限，真的能傳遞上述訊息。」



4. 「房間內有更多正能量」



撇除壓力後，氣氛變得輕鬆而充滿樂趣。

「輸掉兩局並不代表整個世界要塌下來。」Jennifer說。「您依然有很大機會可贏得獎品。」

5. 「這能訂立期望」



玩家不必記錄自己的排名；他們能夠在不必知道排名的情況下知道自己成績如何。「每個人都知道自己會獲得多少包補充包。」Jennifer說。

為獎品增添色彩的3個構思

玩家表現出色時，會希望獲得獎勵。特定數量的補充包、特定數目的店家點數——這是他們的期望，而滿足這種期望是很重要的。

但您仍可從中獲得樂趣。世界各地的WPN店家藉由獨特的獎品，與玩家建立出長久而有意義的聯繫，從而贏取了玩家寶貴的忠誠心。

以下只不過是其中三個店家：

1. 自訂獎盃



[Common Ground Games](#)的歡樂日優勝者可獲得由贈卡和遊戲墊組成的普通套包，但店主 Jamison Sacks 還添加了一點個人元素：以 [Funko POP! 公仔](#) 和 [WizKids 微型公仔](#) 製成的自訂獎盃。

「我們會在比賽一週前亮出雕像，而人們總會非常關注它們，並且向我們提出大量問題！」Jamison 說。

如何做到：

- Jamison 從 [Crown Awards](#) 訂購獎盃
- 將通用獎盃頂拆下
- 並以強力膠將公仔黏上。

2. 食物

[Maná Infinito](#) 以 [甜甜圈安慰獎](#) 加強其獎品總量，用來獎勵名次最低的玩家；[Face to Face Games Toronto](#) 的幸運玩家則可狂飲以 [魔法風雲會](#) 為主題的飲料！



每款飲料的靈感都是源自具 [轉瞬](#) 異能的牌。

3. 個人化的明星卡

[Moonlite Comics](#)的聯盟賽玩家可贏取超值組合和折扣等傳統獎品，但每個人都知道店主 Jay Kirkman 還有一道花招：得分超過100的玩家可獲得自訂的明星卡！

TOPPS

MARK BYRD | 4
Centurion
BIRTHDAY: July 21, 1993
HOMETOWN: Flint, MI
FAVORITE FORMAT: Standard

SEASON HIGHLIGHTS:

SEASON	POINTS	PLACE	EVENTS	AVG	BEST
2013 Autumn	113	8th	15	7.53	15
2013 Winter	129	13th	15	8.60	13

Mark has twice made day two of a Grand Prix, and once finished in the top 64!

TOPPS MOONLITE COMICS Frankfort, KY
WWW.TOPPSONLINESTORE.COM
© 2008 THE TOPPS COMPANY, INC. ALL RIGHTS RESERVED.

MARK BYRD
CENTURION

如可做到：

- 前往topps.mytradingcards.com
- 選擇一種設計
- 上傳照片並自訂卡牌背面
- 下訂單 (系統會要求您建立帳號)

上述各種構思都是為玩家投資的獨特、低成本方式，並可向他們顯示他們深受重視。

試行上述其中一種構思，或是另行想出新構思！



打造休閒氣氛：運用空間



擊敗網路競爭對手的一種方式

咖啡的新時代於華盛頓州西雅圖1st Avenue和Pine Street展開。

20世紀80年代末，當競爭對手設計空間時旨在快速輪換一批又一批的顧客之際，[星巴克](#)採用了完全相反的方針。

受到米蘭咖啡文化啟發之下，Howard Schultz將星巴克定位為讓人們放輕鬆、與朋友會面、談話、進行會議和訪問的地方。

結果，其首個店家成為了22,000間分店的第一間。現時的遊戲店家可以從其成功故事中學到很多東西。

為什麼？

因為星巴克的方針帶動了銷路的有機增長，而這是電子店家不能辦到的。

實體店家所能（而電子店家所不能）做到的事

“ 第三場所重要場所，因為那是人們嚮往的地方。 —
Steve Nemeckay, *Amazing Heroes* ”



星巴克的崛起是在業務中應用了「第三場所理論」的最著名例子。



理論如下：「第三場所」是一個社區的神經中樞，是住家（第一場所）和工作場所（第二場所）以外的社交場所。

這是人們的減壓好去處：充滿歡樂和笑聲、免受批判，也不會有藉口和託詞。它為所有人而開放，但前往的人都會感到榮幸。每個人的出現都很重要，但沒有人會覺得有義務出現。

這是傳統零售商很少能提供、電子商家無法提供的要素，而這種要素使 [Panera Bread](#)、[Life Time Fitness](#)，以至 [Uniqlo](#) 取得空前成功。

它與遊戲店家能相輔相成。

現場遊戲所能（而電子遊戲所不能）做到的事

“ 我認為相聚的喜悅，以及面對面的樂趣和戲謔是無可比擬的。— Ray Oldenburg，第三場所理論的先驅 ”

成功的遊戲店家透過應用Oldenburg的第三場所原則，以提供無可取替的面對面體驗。

作為「第三場所」的零售商的一些特色相對明顯且相對地容易實施：營業時間適切人們的需求、裝飾樸實無華，並可提供食品和飲料。



不過，第三場所的一些關鍵特質在很大程度上是無形的，並需要強大的「軟技能」來提供。例如：

常客比店家本身更具吸引力

利用相同的策略建立友善的員工團隊和社群：表彰良好的行為、鼓勵創意、以身作則，以及投資於有助吸引新玩家的玩家上。

玩家對場地有投入感

讓玩家參與賽事的執行和店家的成功。這可以很簡單，例如是定期徵求意見反饋，也可以像 [Golem Head Games](#) 般精心策劃導師計畫。

門檻低

確保您的店家在組織賽事方面和對待社群方面均能使所有人感到溫暖歡迎。提供多種賽制和賽事，包括在週五認證賽中加入休閒賽制和適合新玩家參與的賽事。在賽事中獎勵參與者和比賽風度好的玩家，而非只獎勵優勝者。擔當常客和新玩家之間的橋樑：向眾人介紹他們、請求資深玩家指導新玩家。

大量店家正在透過這些原則取得成功。 [Face to Face Games](#)、[Game Wizard/Blue Sky Hobbies](#)。

請留意 WPN.Wizards.com/Articles 以查看更多WPN店家範例！

一個店家如何擊敗電子競爭對手

Jolly Joker藉由專注於實體店家所能而電子店家所不能做到的事以取得成功。



Armada Games的感恩方式

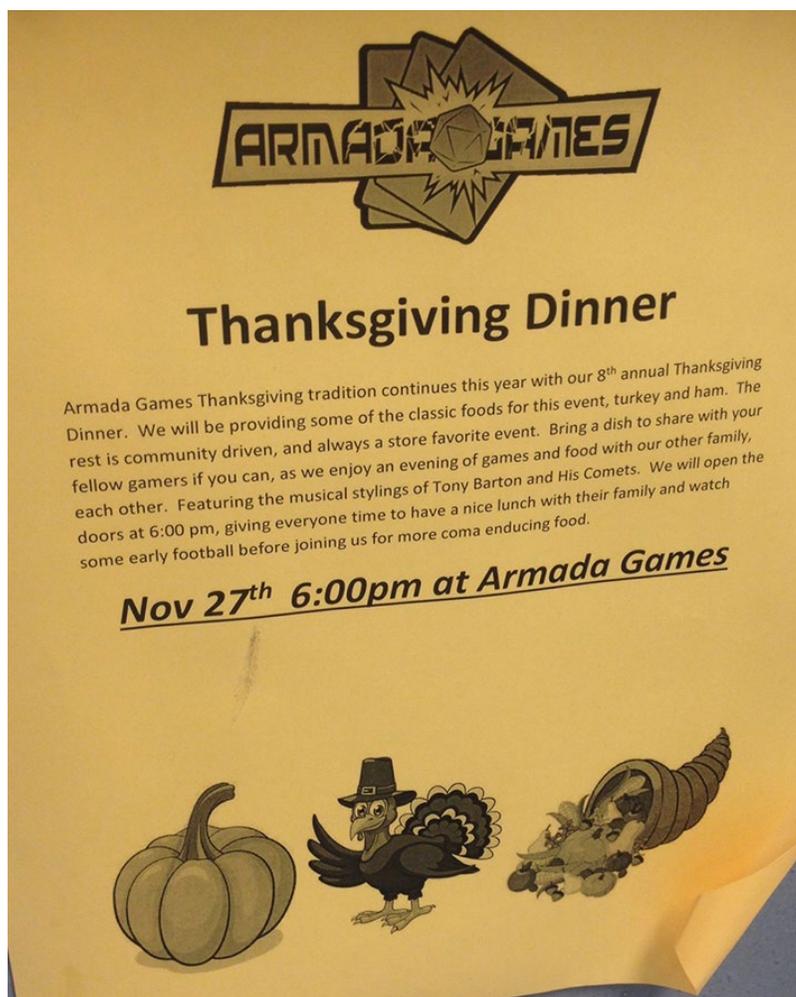
節日並不利於提升參賽人數。

學生們會回家休假。有餘錢的人會去旅遊。突然之間，您的賽事並不只是與其他娛樂選擇競爭，而是與家庭義務、工作派對和節日購物競爭。

不過，Armada Games依然能使其社群有理由在其店內慶祝。

他們連續九年舉辦了感恩節盛宴（這是北美傳統節日，人們會在當天享用由火雞和配菜組成的大餐）。

管理方會提供火雞，而帶一道菜來分享的玩家則可參與活動。



這是一場豪華的盛宴。大量配菜加上多種的馬鈴薯泥。歐洲玩家會帶來其祖國的传统菜色。一位玩家帶來了令人垂涎的水牛城雞肉沾醬。這美味得難以言喻。」店主Michael Fortino說。



為什麼慶祝節日能成為如此有效的社群建立措舉？

這是因為人類學家稱之為「[communitas](#)」的感受：我們從共同體驗中獲得的快樂和歸屬感。足球比賽、音樂會、大獎賽～「communitas」能放大讓我們團結的因素，以及讓分隔我們的東西顯得瑣碎。

這是很強大的力量。[研究顯示](#)顧客會記得他們在您店家感受過的強烈情感（無論是好是壞）並迅速忘記其他一切。很多公司都[充分利用](#)這些情感強烈的時刻。

Michael提供了一些舉辦完美盛宴的訣竅：

- 與適當的官員溝通。(您可能需要獲得活動許可證)。
- 分配大量時間供清潔之用。(店家應準備好面對些什麼？MICHAEL：「一團糟」)。
- 注意玩家是否有食物過敏。(在含有堅果的食物上貼上標籤)。
- 預備素食／嚴格素食選項。(在[此處](#)查找食譜構思)。
- 讓員工休息一個晚上。(僅店主值勤)。

Armada會善用每個節日的機會。

例如，他們會在美國獨立紀念日(即七月四日)舉辦戶外餐會，其中包含以美國為主題的活動，例如是紅白藍模型上色活動和指揮官遊戲(所有參賽玩家均使用一副有著美國國旗顏色的套牌)。

雖然獨立紀念日和感恩節是美國的，「communitas」卻是普世的。每個地區均有機會善用之—您的地區也不例外！

