



DAR LA BIENVENIDA A LOS JUGADORES NUEVOS

Guía para vendedores sobre atraer,
conservar y ayudar a los jugadores nuevos

Wpn.Wizards.com

DAR LA BIENVENIDA A LOS JUGADORES NUEVOS

Guía para vendedores sobre atraer,
conservar y ayudar a los jugadores nuevos

Wpn.Wizards.com

Dar la bienvenida a los jugadores nuevos: Guía para vendedores sobre atraer, conservar y ayudar a los jugadores nuevos

©2013 WIZARDS OF THE COAST LLC.

Este libro está protegido por las leyes de derechos de autor de los Estados Unidos de América. Se prohíben la reproducción y el uso no autorizado del material y las ilustraciones salvo en el caso de contar con el consentimiento expreso por escrito de WIZARDS OF THE COAST LLC.

WIZARDS OF THE COAST, *Magic: The Gathering*, *Dungeons & Dragons* y sus respectivos logotipos son marcas registradas de WIZARDS OF THE COAST LLC en los EE. UU. y en otros países.

Visita nuestro sitio web en Wpn.Wizards.com

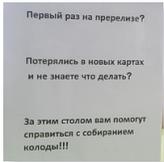
Índice



Los jugadores nuevos son la energía vital de la Wizards Play Network.....5



El regalo de un jugador nuevo6



Cómo dar la bienvenida a los jugadores nuevos9



Saca el mayor partido a los mazos de muestra.....10



Cómo enseñar a jugar a los nuevos11



¿Qué haces tú para sorprender y encandilar a tus jugadores?12



Por qué un regalo puede suponer un cliente para toda la vida.....13



4 ideas para regalos.....15



¿Cómo entusiasmar a los jugadores durante un evento?.....16

¡Consigue un equilibrio perfecto!.....18

Los jugadores nuevos son la energía vital de la Wizards Play Network.



Atraer, conservar y ayudar a este tipo de clientela puede ayudar a construir una base de un negocio más estable y de un crecimiento sostenible a largo plazo.

Esta guía puede ayudarte en cada uno de esos pasos. Aprenderás a llamar la atención de los jugadores nuevos, a reducir las barreras para tomar parte en el juego y a guiarlos en su transformación de jugadores casuales a habituales... y más allá.

¿Listo para empezar?



El regalo de un jugador nuevo

Era un viernes por la noche como cualquier otro en mi tienda, [Wonko's Toys and Games](#). La asistencia para el Friday Night Magic había sido buena (30 para estándar y 16 para draft), y había varios jugadores nuevos en ambos formatos.



Al comienzo de la segunda ronda, Frank, uno de los jugadores más recientes de la tienda, se acercó y me pidió hablar con el propietario. Salí listo para enfrentarme a alguna queja.

Lo que vino después fue una grata sorpresa.

Un jugador nuevo que buscaba una tienda acogedora

Frank dijo que había jugado a *Magic* por toda la ciudad, Pero que, fuera donde fuera, siempre se encontraba con la misma historia. Todo el mundo era muy competitivo y no tenía paciencia con los jugadores que tenían preguntas sobre las reglas.

Al cabo de dos semanas, encontró Wonko's.



Un lugar al que llamar hogar

Con nuestra política de “no intimidación” ya clara en la hoja de inscripción, Frank se sintió tranquilo. Luego anunciamos las reglas como hacemos siempre: al principio de la primera ronda.

Frank jugó en el draft de FNM y el jefe de mesa le dio consejos sobre el draft del bloque actual y le ayudó a construir su mazo.



Eso fue dos semanas antes y, esa noche, recibió el mismo trato por parte de personas diferentes.

Dijo: “He encontrado el lugar al que llamar hogar”.

Un ofrecimiento sin igual

Como si estos comentarios no fueran suficiente para que me sintiera orgulloso, Frank se ofreció a comparar tres cajas de sobres, las que yo eligiera, para añadirlas a los premios de esa noche y para el siguiente FNM.

Me quedé sin habla. Jamás me habían ofrecido algo así.

Preferí que fuera algo a medias y le ofrecí venderle las cajas a precio de coste. Accedió, pero elevó la cantidad de cajas a cuatro.

La gente se volvió loca

Al final de la tercera ronda, pedí a todos que me prestaran atención. Anuncié que, gracias a un jugador nuevo, esa noche habría tres cajas más de premio a repartir.

La gente se volvió loca. Alguien preguntó: “¿Por qué? ¿Qué pasa?”.

Les dije que gracias a su deportividad, su apoyo y su educación, una persona había decidido convertir Wonko en su nuevo hogar de *Magic*.

Todos aplaudieron. Incluso algunos de los jugadores profesionales esa noche dijeron que nos habían elegido a nosotros por el ambiente.

Alguien comentó que era gracias a mi familia, porque siempre insistíamos en mantener un ambiente divertido y de apoyo en todo momento. Les di las gracias a todos con lágrimas en los ojos.



¿Ves lo que ocurre cuando se hacen las cosas bien? Trata a la gente con respeto y exige que se traten unos a otros de la misma manera. Anima a los niños y a los jugadores que regresan a que hagan lo mismo y tendrás un gran ambiente para los jugadores.

A veces, ese ambiente te sorprenderá y se mantendrá por sí mismo.

Por Eric Dow, [Wonko's Toys and Games](#)



*Enfrente: Erica, Rebekah y Denise Dow
Detrás: Alex Tune, Brian M. y Eric Dow
Ausentes: Keith Blackard y Ray Rimmer*



Cómo dar la bienvenida a los jugadores nuevos

En [Game On](#), una tienda de Cheltenham (Reino Unido), creen que se puede conquistar a los jugadores a través del estómago. Ofrecen pasteles a los jugadores nuevos para que se sientan más a gusto.

En [Chimera Brierley Hill](#), otra tienda del Reino Unido, los jugadores veteranos suelen regalar cartas comunes y poco comunes de sus drafts a los jugadores noveles. De este modo, los novatos se sienten más unidos y bien recibidos en la tienda.



Saca el mayor partido a los mazos de muestra

Nuestros mazos de muestra gratuitos no solo son una gran herramienta para enseñar a jugar a *Magic: The Gathering*; también pueden servir para promocionar tu tienda.

Aquí tienes algunos puntos para hacer que funcionen:

1. Pon entusiasmo

Antes de hacer una demostración de un juego, muestra con entusiasmo algunas de tus cartas favoritas y comparte lo que más te gusta de ellas.

2. Simplifica

No te preocupes por ser muy preciso con las reglas. El objetivo de la demostración solo es mostrar a la gente que *Magic* es divertido y animarla a aprender más cosas.

3. Da una razón para volver

Al terminar la demostración, regala al jugador el segundo mazo de muestra y ofrécele una entrada gratuita para el siguiente Friday Night Magic u otro evento que sea interesante para jugadores nuevos. Explícale cómo combinar los dos mazos de muestra para crear un mazo legal en Estándar.

4. Anuncia tu tienda

Pega un adhesivo en tus mazos de muestra con la información de tu tienda que anime a los jugadores nuevos a venir a tu próximo FNM y aprender a jugar.

5. Comparte los mazos de muestra en otros lugares

No esperes que los jugadores nuevos entren en tu tienda y soliciten una demostración. [Dizzy Dugout](#), de Collinsville (Illinois, EE. UU.), reparte los mazos de muestra a los participantes en el desfile de Halloween de la ciudad.

Entrega mazos de muestra en eventos locales como ferias, festivales o dondequiera que puedan reunirse jugadores en potencia.



¿Necesitas más mazos?

¡Contacta con tu representante de la WPN para pedir mazos de muestra sin coste alguno!



Cómo enseñar a jugar a los nuevos

¡Convierte a los jugadores nuevos en habituales con estas descargas!

El proceso de atraer jugadores nuevos a *Magic: The Gathering* comienza con una buena demostración.

¡Y tenemos muchas descargas gratuitas que te pueden ayudar!

Guía rápida de demostraciones

Explica el juego poco a poco a los jugadores con la [Guía rápida de demostraciones](#) de *Magic: The Gathering* en la mano:



¡todo es más simple cara a cara! Lleva la guía a una copistería, imprímela sobre páginas laminadas y encuadérnala para que puedas usarla siempre que quieras.

Guía de inicio rápido

Descarga, imprime y reparte la [Guía de inicio rápido](#) para que los jugadores puedan leer todos los detalles, ¡desde los aspectos más importantes del juego hasta un glosario minucioso de palabras clave y habilidades!



Tarjetas de referencia de las reglas

Prepara una mesa para demostraciones: descarga e imprime la [tarjeta de referencia de las reglas](#) y déjala sobre el tablero.



Duels of the Planeswalkers

Pon *Duels of the Planeswalkers* a trabajar, como si fuera un empleado más. ¡[Descarga el tutorial gratuito](#) y configura un equipo para demostraciones en tu tienda!

No olvides que tus jugadores deben irse a casa con un mazo de muestra, un sobre promocional o incluso un mazo de inicio, ¡y asegúrate de invitarlos a tu próximo evento!

¿Cómo enseñas tú a jugar a los jugadores nuevos? ¡[Cuéntanoslo!](#)



¿Qué haces tú para sorprender y encandilar a tus jugadores?

Christian Liedtke, de [Blitzplatz](#), regala camisetas con el logotipo de su tienda. Cuando juegan en otro sitio, los jugadores las llevan para mostrar de dónde son. Las tiendas de esta zona cuentan con una comunidad muy unida y esta práctica es parte de la experiencia.



Derrick Sheets, de [Game On](#), nos cuenta: “He entregado un montón de premios adicionales en los eventos. Acabamos de regalar un *From the Vault: Twenty*. (...) Creo que estos premios son fantásticos, tanto como los regalos aleatorios. Se trata de cualquier cosa que un jugador pueda conseguir solo con pasarse por la tienda o por participar. Si pagan cinco dólares para jugar en tu evento, pero consiguen una carta promocional de vez en cuando, les encantará”.

Por qué un regalo puede suponer un cliente para toda la vida

Hace unos pocos años, escuché toda suerte de comentarios positivos sobre una tienda de zapatos online llamada [Zappos](#).

Como tenía curiosidad por ver si eran tan buenos como decían, les pedí un par de Chuck Taylor All Stars. Tras hacer el pedido, publiqué en Twitter lo que había hecho.

Para mi sorpresa, el [servicio de atención al cliente de Zappos](#) respondió al instante. Me pidieron mi dirección de correo electrónico para enviarme un regalo sorpresa con el pedido. Por supuesto, se la di.

A la mañana siguiente encontré los zapatos en la puerta, varios días antes de la fecha prevista. También había una nota de Zappos: decía que a partir de ese momento era un cliente VIP y que tenía derecho a gastos de envío gratuitos de por vida y entrega de cualquier pedido al día siguiente.



Un regalo vale más que mil palabras

Con ese regalo sencillo e inesperado, Zappos se ganó mi fidelidad.

Ahora les compro todos mis zapatos. Y gracias a un par de charlas que di, les he contado esta historia al menos a quinientas personas.

Mi caso dista mucho de ser el único.

A menudo, volvemos a las tiendas por un detalle que han tenido o un pequeño regalo que nos han dado. De hecho, es probable que tengas clientes que te son fieles por algo que hiciste por ellos.

¿Y por qué?

El poder de la reciprocidad

Cuando alguien hace algo por ti, te inclinas a devolverle el favor. Este concepto psicológico se conoce como [reciprocidad](#).

En pocas palabras, la interacción positiva potencia más interacciones positivas.

Pero ¿se pueden cuantificar?

El (bajo) coste de la fidelidad

Supongamos que inviertes dos dólares en sorprender agradablemente a todo cliente nuevo que entre por la puerta. ¿Cuánto crees que funciona?

Desde la perspectiva más negativa, pongamos que solo un 1 % de tus clientes decide regresar.

Es decir: para hacer un cliente de cien, te has gastado 200 dólares. Aunque la tasa de conversión no sea muy buena, el coste de adquisición sí que lo es.

¿Cuánto crees que puede gastarse un solo cliente fiel durante toda la vida de tu negocio?

Echa un vistazo a la sección [Haz crecer tu tienda](#) en este sitio web para ver más ideas sobre cómo crear interacciones positivas que se traduzcan en fidelidad. Después, ¡aplica el poder de la reciprocidad en tu tienda!



Por Paul Hagan, director sénior de marketing comercial de Wizards of the Coast



4 ideas para regalos

Cuando se trata de regalos, sabemos que a los jugadores les encantan las cartas promocionales, pero también agradecen cualquier detalle que premie su fidelidad a la tienda.

Una búsqueda rápida en Google por las palabras “material promocional” arroja cientos de sitios web en los que puedes crear tu propio material personalizado; la mayoría no son nada caros.

Según [un estudio](#) de la Asociación Internacional de Productos Promocionales, los productos de este tipo que más se recuerdan son:

- Prendas de ropa u objetos “ponibles”: 41 %
- Instrumentos para escribir: 35 %
- Material relacionado con bebidas: 19 %

Aquí puedes leer algunas ideas que han usado otras tiendas para empezar:

Adhesivos



Blocs para la cuenta de vidas



Camisetas con logotipos



Insignias



¿Qué haces tú para sorprender y encandilar a tus jugadores? [¡Envíanos tus fotos y cuéntanos tus experiencias!](#) ¡Nos encantará leerlas!



¿Cómo entusiasmar a los jugadores durante un evento?

Matt Hanes ha compartido con nosotros la primera experiencia de su hijo jugando a un juego de cartas intercambiables.



“Jimmy era el jugador más joven de todos. Él estaba muy nervioso y, la verdad, yo también. La mayoría de los otros jugadores eran adultos y se dieron cuenta de lo emocionado que estaba Jimmy.”



Estábamos jugando con uno de los mazos de iniciación preconstruidos y pensábamos que habíamos hecho un buen trabajo, pues funcionaba bien cuando jugábamos el uno contra el otro. Pero los demás eran *mucho* mejores que nosotros.

Sin embargo, todo el mundo nos ayudó. Una persona le regaló varias cartas para que mejorara el mazo que ya tenía. Luego nos dio un mazo mucho más competitivo para la próxima vez que asistiéramos a un torneo. Otra persona le dio un dado que hacía juego con su camiseta y él se puso tan contento que no podía dejar de agitar los brazos. (...)

Al final, cuando acabamos en el puesto 27 de 29, los ganadores se reunieron y le dieron a Jimmy sus insignias y aún más cartas. Se convirtió en el aprendiz de los demás jugadores y ahora quiere jugar siempre que puede.

Aunque perdió casi todas las partidas, se divirtió como nunca”.



¡Consigue un equilibrio perfecto!

Lee cómo dos grandes tiendas de la WPN han perfeccionado el concepto de “competición amistosa”

La fórmula es más vieja que el pan: en los juegos competitivos, los premios se entregan a los mejores en la clasificación. En los juegos amistosos, es mejor repartir los premios entre todos los participantes.

Ahora bien, ¿cómo se potencia el juego amistoso en un entorno competitivo? ¿Y cómo se anima a la gente a competir sin abandonar un clima amistoso?

Estas dos tiendas lo han conseguido. Este es su secreto:

El programa innovador de sorteos de The Battlezone

[The Battlezone](#) se ha labrado una floreciente comunidad de *Magic* en un pequeño municipio de Florida (Estados Unidos). En ocho meses han conseguido **más de 50 jugadores nuevos; es decir, casi el 60 % de su total de jugadores.**

El organizador, Kyle Halvusen, cree que deben buena parte de su éxito al innovador programa de sorteos, que les ayuda a conectar con los jugadores nuevos sin dejar de lado a los habituales.

Así es como funciona:

Dale a cada jugador un vale para el sorteo por cada derrota (si su resultado global es 2-1, se llevaría un vale; si es 1-2, se llevaría dos vales). Al final de la noche, sortea tapetes de juego, cajas guarda mazo y protectores entre los participantes, además de los premios habituales por clasificación y por conducta deportiva.

Kyle afirma que es una bonita experiencia para los jugadores que se han tomado la molestia de venir, y que le da la oportunidad de conectar con los novatos, sobre todo los más jóvenes.

“¿Cuánto mides?”, les pregunta, y les da un vale por pulgada.

“Cuando se ha forjado esa conexión”, asegura Kyle, “regresan una y otra vez”.



“Elección abierta” en Ace Comics

En el Friday Night Magic de [Ace Comics](#), en Brisbane (Australia), cada jugador recibe al menos un sobre. Lo novedoso es... que está abierto.

Así es como funciona:

Pongamos que el FNM tiene 12 jugadores (como tuvo el del 8 de agosto). Se añaden 12 sobres al total de premios (uno por jugador) y se abren. Después de tres rondas, los jugadores eligen un sobre según el orden de clasificación; y los cuatro finalistas ganan además un segundo sobre, este sin abrir.

Lo importante para ambas tiendas es conseguir que ganar sea importante sin que lo sea *todo*.

¡Pruébalo esta noche en el FNM!



La clave del crecimiento a largo plazo

El Friday Night Magic alcanzó su punto álgido en [River City Comics and Games](#) el verano pasado.

Después de *Modern Masters*, el propietario Joseph Scheib se dio cuenta de que había mucho interés en el formato Modern, así que lo estableció como formato del FNM... **con lo que logró aumentar la asistencia un 77% el verano pasado.**

Sin embargo, después del cambio vio que se ocupaba casi exclusivamente de los jugadores más veteranos y perdía oportunidades de conseguir jugadores nuevos.

“Ocuparse de los jugadores actuales es genial, pero si queremos expandir el juego, tenemos que hacerlo accesible para jugadores nuevos”. —Joseph Scheib, River City Comics”

Mientras tanto, más o menos cuando organizó su **Pro Tour Qualifier en formato Modern**, que congregó a 225 jugadores, un padre que solía acudir al FNM quiso hablar con él acerca de su hijo de diez años, al que le gustaba *Magic*, pero que lo pasaba mal en el FNM.

“Lo hace mejor cuando juega contra gente de su edad”, le comentó el padre.

De esta manera, los dos pensaron juntos en una solución: un evento para principiantes orientado a los jugadores más jóvenes.

Un modelo nuevo para jugadores nuevos

La idea era mantener la impresión de torneo sin descuidar que el entorno resultara agradable para los jugadores nuevos.



Diseñaron el evento con este objetivo en mente:

- Un coste de inscripción de dos dólares (para dar esa sensación de “torneo”)
- Premios modestos (para que “se lleven algo”, pero que no interese demasiado a los veteranos)
- NIR de “mesa de cocina” (para que no se agobien)
- Un evento cada dos meses (para que los padres tampoco se agobien)

Bueno para todos

El primer evento atrajo a ocho jugadores. Varios de ellos han regresado para jugar en el FNM, lo que según Joseph, supone un gran éxito.

Él lo ve de esta forma: si cada evento de ocho jugadores produce un aficionado nuevo, eso contribuye muchísimo a sostener la comunidad de jugadores a largo plazo.

Pero más que eso, es una buena experiencia y un entorno sin presión para que los jugadores nuevos se encuentren con sus amigos y exploren el juego que les gusta, lo que al fin y al cabo, es lo que Joseph también prefiere.

“Me gusta celebrar torneos más relajados y amistosos”, afirma.

Un futuro brillante

Joseph y sus jugadores más jóvenes tienen muchas ganas de celebrar más eventos. Y con cada evento, Joseph espera obtener un crecimiento a largo plazo para su tienda.

¿Cómo creas tú grandes experiencias para tus jugadores más jóvenes? Cuéntanoslo en WPNStories@wizards.com.



Wpn.Wizards.com

