



# COME ACCOGLIERE I NUOVI GIOCATORI

Una guida per i rivenditori su come attrarre,  
acquisire e aiutare i nuovi giocatori

[Wpn.Wizards.com](http://Wpn.Wizards.com)

# **COME ACCOGLIERE I NUOVI GIOCATORI**

Una guida per i rivenditori su come attrarre,  
acquisire e aiutare i nuovi giocatori

[Wpn.Wizards.com](http://Wpn.Wizards.com)

## **Come accogliere i nuovi giocatori: una guida per i rivenditori su come attrarre, acquisire e aiutare i nuovi giocatori**

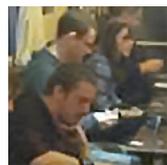
© 2014 WIZARDS OF THE COAST LLC.

Questo libro è protetto dalle norme sul copyright degli Stati Uniti. Qualsiasi riproduzione o uso non autorizzato del materiale e delle illustrazioni qui contenute senza previo consenso scritto di WIZARDS OF THE COAST LLC è rigorosamente vietato.

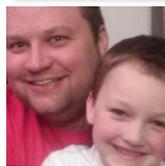
WIZARDS OF THE COAST, *Magic: The Gathering, Dungeons & Dragons* e i loro rispettivi loghi sono marchi di WIZARDS OF THE COAST LLC negli USA e in altri paesi.

Visita il nostro sito Internet all'indirizzo [Wpn.Wizards.com](http://Wpn.Wizards.com)

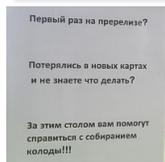
# Contenuti



I nuovi giocatori sono la linfa vitale del Wizards Play Network .....5



Il regalo del nuovo giocatore. ....6



Come accogliere i nuovi giocatori .....9

Sfrutta al meglio i tuoi sample deck .....10



Strumenti per insegnare le basi ai nuovi giocatori .....11



In che modo hai sorpreso ed entusiasmato i tuoi nuovi giocatori?.....12



Perché un semplice regalo può aiutarti a fidelizzare un cliente .....13



4 semplici idee per gli omaggi .....15



Come coinvolgi i nuovi giocatori durante un evento? .....16



Trovare il giusto equilibrio.....18

La chiave per una crescita a lungo termine .....20

# I nuovi giocatori sono la linfa vitale del Wizards Play Network.



Attrarre, acquisire e aiutare i nuovi giocatori è fondamentale per costruire un'attività economica solida e mantenere un buon ritmo di crescita nel lungo termine.

Questa guida ti aiuterà in ciascuna di queste fasi. Imparerai ad attirare nuovi giocatori, ad aiutarli a superare le esitazioni iniziali e a guidarli nel passaggio dal gioco occasionale al gioco regolare.

Sei pronto per cominciare?



# Il regalo del nuovo giocatore

Era un venerdì sera come molti altri nel mio negozio, [Wonko's Toys and Games](#). L'affluenza al Friday Night Magic era positiva: 30 per il formato Standard e 16 per il draft, con alcuni nuovi giocatori per entrambi i formati.



All'inizio del secondo turno, Frank, uno dei volti nuovi, venne a chiedere di parlare con il responsabile. Mi feci avanti, pronto a ricevere una lamentela.

Quello che accadde, invece, fu una vera sorpresa.

## Nuovo giocatore cerca negozio accogliente

Frank disse di aver giocato a *Magic* in tutti i negozi della città, ma ovunque andasse, si ripeteva sempre la stessa storia: tutti erano interessati unicamente alla competizione e non si dimostravano pazienti verso i giocatori che avevano dubbi sulle regole.

Poi, due settimane prima, aveva trovato Wonko's.



## Un negozio in cui sentirsi come a casa

Grazie alla nostra politica basata sul rifiuto di qualsiasi intimidazione, riportata sul foglio di iscrizione, Frank si era sentito rilassato. Avevamo comunicato come al solito le regole all'inizio del primo turno.

Frank aveva giocato nel draft dell'FNM e il leader del tavolo gli aveva dato consigli sul draft con il blocco attuale e l'aveva aiutato a costruire il suo mazzo.



Questo era accaduto due settimane prima e quella sera ricevette lo stesso trattamento, ma con persone diverse.

Disse: "Ho trovato un negozio in cui sentirmi come a casa".

## Un'offerta senza precedenti

Come se questi commenti non fossero stati sufficienti a rendermi orgoglioso, Frank offrì di acquistare tre confezioni di buste a mia scelta da aggiungere ai premi per quella serata e per l'FNM seguente.

Ero sbalordito: non avevo mai ricevuto un'offerta simile.

Così gli andai incontro, offrendo di vendergli le confezioni al prezzo di costo. Frank accettò, ma aumentò la quantità a quattro.

## L'entusiasmo dei giocatori presenti

Al termine del terzo turno, richiamai l'attenzione di tutti e annunciavi che, grazie a un nuovo giocatore, quella sera sarebbero state in palio tre buste per ogni partecipante.

I giocatori presenti impazzirono di entusiasmo e qualcuno chiese cosa stesse succedendo.

Risposi che lo spiccato spirito sportivo, la disponibilità a offrire aiuto e la cordialità dimostrati dalla nostra community avevano convinto qualcuno a fare di Winko's la sua nuova casa per giocare a *Magic*.

Tutti applaudirono e anche alcuni dei giocatori più esperti quella sera affermarono di averci scelto proprio per l'atmosfera.

Poi qualcuno aggiunse che era tutto grazie alla mia famiglia e al nostro impegno per mantenere l'ambiente sempre divertente e accogliente. Con le lacrime agli occhi, ringraziai tutti.



Quindi, vedi cosa accade quando fai la cosa giusta? Tratta le persone con rispetto e chiedi loro di trattarsi a vicenda con lo stesso rispetto. Incoraggia i ragazzini e i giocatori abituali a provarci e il risultato sarà un ambiente di gioco fantastico.

Qualche volta, quell'ambiente ti sorprenderà, dimostrandosi capace di gestirsi da solo.

A cura di Eric Dow, [Wonko's Toys and Games](#)



*Prima fila: Erica, Rebekah e Denise Dow  
Seconda fila: Alex Tune, Brian M. e Eric Dow  
Assenti: Keith Blackard e Ray Rimmer*



# Come accogliere i nuovi giocatori

Lo staff di [Game On](#) a Cheltenham, nel Regno Unito, crede che il metodo migliore per conquistare i giocatori sia il cibo e offre a tutti i principianti fette di torta per farli sentire accolti nella community.

Da [Chimera Brierley Hill](#), sempre nel Regno Unito, i veterani spesso regalano carte comuni e non comuni dei loro draft all'ultimo giocatore arrivato. In questo modo, il principiante si sentirà benvenuto e maggiormente coinvolto nella community del negozio.



# Sfrutta al meglio i tuoi sample deck

I nostri sample deck omaggio sono un ottimo strumento per insegnare le basi di *Magic: The Gathering*, ma possono anche assolvere funzioni di marketing per il tuo negozio.

Ecco come puoi usarli:

## 1. Mostra entusiasmo

Prima della demo di una partita, mostra alcune delle tue carte preferite del mazzo e spiega con entusiasmo perché ti piacciono.

## 2. Illustra il gioco con semplicità

Non preoccuparti troppo della precisione nelle regole. Lo scopo è mostrare alla gente il divertimento che offre *Magic* e le ragioni per cui dovrebbero conoscerlo meglio.

## 3. Dai una ragione per tornare

Dopo aver completato una demo, offri il secondo sample deck e la partecipazione gratuita al tuo prossimo Friday Night Magic o ad altri eventi adatti ai principianti. Insegna al giocatore come unire i due sample deck per creare un mazzo legale Standard.

## 4. Pubblicizza il tuo negozio

Applica un adesivo sui tuoi sample deck con le informazioni del tuo negozio e un invito che incoraggi i nuovi giocatori a partecipare al tuo prossimo FNM per imparare le basi del gioco!

## 5. Condividi i sample deck al di fuori del tuo negozio

Non aspettare che i nuovi giocatori entrino nel tuo negozio e chiedano una dimostrazione del gioco. [Dizzy Dugout](#) a Collinsville, Illinois, distribuisce sample deck durante Halloween ai giovani che bussano alla sua porta in cerca di dolcetti.

Distribuisce sample deck agli eventi locali come fiere, festival e dovunque possano riunirsi potenziali giocatori.



## ***Hai bisogno di ordinarne altri?***

Contatta il tuo rappresentante WPN per ricevere altri sample deck omaggio!



# Strumenti per insegnare le basi ai nuovi giocatori

Converti i nuovi giocatori in clienti abituali con questi materiali scaricabili

Per attirare nuovi giocatori di *Magic: The Gathering* è fondamentale una demo perfetta, e abbiamo un sacco di materiali da scaricare gratuitamente per aiutarti.

## Guida sfogliabile alla demo



Insegna le basi ai nuovi giocatori usando la [Guida sfogliabile alla demo per imparare a giocare](#), per una dimostrazione intuitiva e dal vivo di *Magic: The Gathering*! Portala in una copisteria e chiedi di far

laminare le pagine e aggiungere una rilegatura a spirale sulla parte superiore, in modo da poterla riutilizzare anche in futuro.

## Guida rapida per principianti

Scarica, stampa e distribuisci la [Guida rapida per principianti](#) per un'esperienza dettagliata che copre tutti gli aspetti fondamentali del gioco e include persino un glossario di parole chiave e abilità!

## Fogli riassuntivi delle regole

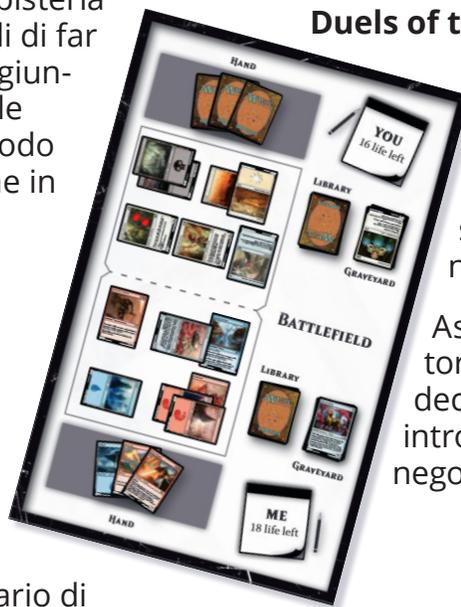
Prepara un tavolo per la demo scaricando e stampando i [fogli riassuntivi delle regole](#) e fissali al tavolo con del nastro adesivo!



## Duels of the Planeswalkers

Trasforma *Duels of the Planeswalkers* in un dipendente in più! [Scarica il tutorial gratuito](#) e prepara una postazione per la demo nel tuo negozio!

Assicurati che i nuovi giocatori tornino a casa con un sample deck, buste promo o anche un intro pack, e invitali a ritornare al negozio per il tuo prossimo evento.



Come insegni le basi ai nuovi giocatori? [Condividilo con noi!](#)



# In che modo hai sorpreso ed entusiasmato i tuoi nuovi giocatori?

Christian Liedtke di [Blitzplatz](#) regala magliette con il logo del suo negozio. I giocatori le indossano quando competono in un altro punto vendita per mostrare la loro provenienza. I negozi nella sua area vantano una solida community e questa pratica fa parte dell'esperienza di gioco.



Derrick Sheets di [Game On](#) spiega: "Ho offerto numerosi premi di partecipazione agli eventi. Abbiamo appena regalato una confezione di *From the Vault: Twenty...* Credo che i premi di partecipazione siano una fantastica idea, così come le estrazioni casuali e qualsiasi occasione in cui i giocatori possono presentarsi e ottenere un omaggio semplicemente per la loro partecipazione. Se pagano 5 euro per giocare al tuo evento e di tanto in tanto ottengono una carta promo gratuita, ne saranno entusiasti!"

# Perché un semplice regalo può aiutarti a fidelizzare un cliente

Alcuni anni fa, sentivo ovunque ottime opinioni su un nuovo negozio di calzature esclusivamente online chiamato [Zappos](#).

Ero curioso di scoprire se le voci fossero vere, così ordinai un paio di Chuck Taylor All Stars su questo sito. Dopo aver completato l'ordine, pubblicai un tweet sul mio acquisto.

Con mio grande stupore, il [servizio di assistenza clienti di Zappos](#) rispose immediatamente. Volevano sapere il mio indirizzo e-mail per potermi inviare una sorpresa insieme all'ordine, quindi risposi entusiasta.

Trovai le scarpe davanti alla porta di casa la mattina seguente, diversi giorni prima della data di arrivo prevista, con un messaggio da parte di Zappos: ero diventato un cliente VIP e, in quanto tale, avrei avuto per sempre diritto alla consegna gratuita il giorno successivo all'acquisto.

## Un regalo vale più di mille parole



Con un semplice e inaspettato regalo, Zappos si era assicurato la mia fedeltà a vita.

Ora acquisto tutte le mie scarpe da Zappos e, grazie a un paio di interventi in cui ho avuto occasione di parlare del loro sito, ho raccontato questa storia ad almeno cinquecento persone.

La mia storia non è un episodio isolato.

Spesso, infatti, frequentiamo un negozio grazie a un gesto gentile o a un regalo economico che abbiamo ricevuto. Probabilmente, molti dei tuoi clienti ti sono fedeli perché hai compiuto un gesto positivo nei loro confronti.

Perché funziona così?

## Il potere della reciprocità

Quando qualcuno compie un gesto per noi, siamo inclini a restituire il favore. Questo concetto psicologico è noto come [reciprocità](#).

In breve, le interazioni positive generano altre interazioni positive.

Ma è possibile quantificarle?

## Il (basso) costo della fidelizzazione

Supponiamo che tu investa 2 euro per sorprendere ed entusiasmare ogni nuovo cliente che entra nel tuo negozio. Con quale frequenza credi che funzionerà?

Consideriamo la previsione più negativa e supponiamo che solo l'1% dei tuoi clienti decida di tornare.

Per convertire un solo cliente su un centinaio, avrai speso 200 euro. Sebbene il tasso di conversione non sia elevato, il costo di acquisizione lo è.

Quanto credi che spenderà un cliente fedele durante la vita della tua attività?

Dai un'occhiata alla sezione [Fai crescere il tuo negozio](#) di questo sito per altre idee su *come* creare le interazioni positive che favoriscono la fidelizzazione. Poi sfrutta al meglio il potere della reciprocità per il tuo negozio!

**A cura di Paul Hagan, responsabile senior del marketing commerciale, Wizards of the Coast**



# 4 semplici idee per gli omaggi

Quando si tratta di omaggi, tutti sappiamo che le carte promo sono un'ottima scelta, ma i giocatori apprezzano anche i regali che mostrano lo spirito del loro negozio.

Con una rapida ricerca su Google, digitando "materiali promozionali", potrai trovare una miriade di siti Web in cui creare materiali personalizzati con il tuo marchio, molti dei quali a basso costo.

[Secondo uno studio](#) pubblicato da Promotional Products Association International, i prodotti promozionali ricordati più spesso sono i seguenti:

- Indumenti: 41%
- Strumenti per la scrittura: 35%
- Contenitori per bevande: 19%

Ecco alcune idee utilizzate da altri negozi che possono esserti utili:

**Adesivi**



**Blocchi di fogli segnapunti**



**Magliette con marchio**



**Distintivi**



In che modo sorprende ed entusiasmi i tuoi giocatori? [Inviaci un'e-mail con le tue storie e le tue foto](#), vogliamo conoscere la tua opinione!



# Come coinvolgi i nuovi giocatori durante un evento?

Matt Hanes ci ha inviato questa storia sulla prima esperienza di suo figlio con un gioco di carte collezionabili.



“Jimmy era il giocatore più giovane all’evento. Era molto teso e, a dire il vero, lo ero anch’io. La maggior parte degli altri giocatori erano adulti, ma tutti si preoccuparono di far divertire Jimmy.

Utilizzammo uno dei mazzi introduttivi precostruiti modificato e pensavamo di aver fatto un buon lavoro. Funzionava quando giocavamo tra di noi. Fummo *stracciati*.

Comunque, tutti ci aiutarono. Qualcuno offrì a Jimmy una pila di carte per migliorare il suo mazzo. Poi ci fornirono un mazzo molto più competitivo per la volta successiva che avremmo partecipato a un evento. Un altro giocatore gli diede un dado dello stesso colore della sua maglietta e Jimmy era così felice che non smetteva di agitare le braccia...

Quando ci classificammo al 27° posto su 29 giocatori, i vincitori si riunirono e consegnarono a Jimmy i loro stemmi, assieme a un altro gruppo di carte. Mio figlio è diventato la mascotte di tutti gli altri giocatori e ora vuole giocare ogni volta che ne ha l'occasione.

Nonostante abbia perso la maggior parte delle partite, ha vissuto un'esperienza indimenticabile."



# Trovare il giusto equilibrio

Ecco come due grandi negozi WPN hanno perfezionato l'arte della "competizione amichevole"

È una formula che ha superato l'esame del tempo: per il gioco agonistico, concentra i premi in cima alla classifica. Per le esperienze di gioco amichevoli, distribuisce i premi in giro.

Ma come incoraggiare partite amichevoli in un ambiente agonistico? E come incoraggiare la competizione mantenendo un'atmosfera amichevole?

Questi due grandi negozi sono riusciti a scoprirlo. Ecco come è stato possibile:

## L'innovativo programma di lotteria di Battlezone

[The Battlezone](#) ha costruito una fiorente community di *Magic* in una piccola cittadina della Florida. Nel giro di otto mesi, il negozio ha ricevuto **oltre 50 nuovi giocatori, circa il 60% della base di giocatori.**

L'organizzatore Kyle Halvusen afferma che gran parte di questo successo è dovuto all'innovativo programma di lotteria, utile per conoscere nuovi giocatori e allo stesso tempo per rimanere in contatto con i clienti abituali.

### Ecco come funziona:

Consegna ai giocatori un biglietto della lotteria per ogni partita persa (una vittoria per 2-1 equivale a un biglietto; una sconfitta per 1-2 equivale a due biglietti). A fine serata, metti in palio tappetini di gioco, portamazze e bustine protettive, in aggiunta ai premi abituali per posizionamento e spirito sportivo.

Kyle sostiene che la lotteria fornisce un momento piacevole ai giocatori alla ricerca di una serata di svago, oltre a dare a lui la possibilità di conoscere nuovi giocatori, soprattutto i più giovani:

"Quanto sei alto?" chiede, prima di consegnare un biglietto per ogni centimetro.

"Dopo quel primo contatto", continua Kyle, "tornano nel negozio. E continuano a farlo anche successivamente."



## “Scelta aperta” da Ace Comics

Durante i Friday Night Magic organizzati da [Ace Comics](#), a Brisbane, Australia, a ogni giocatore viene garantita almeno una busta. Il trucco è che la busta è aperta!

### Ecco come funziona:

Poniamo che i partecipanti a un FNM siano 12 (come accaduto l'8 agosto). I gestori aggiungono 12 buste al montepremi (una per giocatore) e le aprono. Dopo tre turni, i giocatori scelgono la loro busta in ordine di classifica; in più, i primi quattro ricevono una seconda busta chiusa.

L'importante per entrambi i negozi è dare la giusta importanza alle vittorie senza che diventino *la sola cosa che conta*.

Prova stasera all'FNM!



# La chiave per una crescita a lungo termine

La scorsa estate, il Friday Night Magic è diventato protagonista assoluto nel negozio [River City Comics and Games](#).

In seguito a *Modern Masters*, il proprietario Joseph Scheib si rese conto del forte interesse che si era generato per il formato Modern. Iniziò quindi a organizzare i suoi FNM in tale formato, **umentando immediatamente l'affluenza del 77% rispetto all'estate precedente**.

Tuttavia, dopo questo cambiamento, si ritrovò a soddisfare unicamente le esigenze dei giocatori più esperti, perdendo così ogni occasione di attrarne di nuovi.

---

“ *I giocatori attuali sono fantastici, ma per far crescere il gioco dobbiamo renderlo accessibile ai nuovi giocatori - Joseph Scheib, River City Comics* ”

---

Nel frattempo, proprio in occasione del suo **Pro Tour Qualifier in formato Modern da 225 giocatori**, Joseph venne avvicinato da un genitore (un cliente abituale dell'FNM) per parlare di suo figlio di 10 anni, che adorava *Magic*, ma incontrava difficoltà agli FNM.

“Si diverte di più e gioca meglio contro giocatori della sua età”, spiegò il genitore.

I due si confrontarono, giungendo a una soluzione comune: un evento per principianti pensato per i più giovani.

## Un nuovo modello per nuovi giocatori

La loro idea prevedeva di mantenere un'atmosfera da torneo, creando allo stesso tempo un ambiente confortevole per i giocatori più giovani.



## Progettarono l'evento con quell'obiettivo in mente.

- Quota di iscrizione di 2 dollari - "In questo modo sentono di partecipare a un torneo."
- Premi semplici - "In questo modo ottengono qualcosa", ma senza richiamare l'interesse dei veterani.
- REL "tra amici" - "In questo modo non sentono troppa pressione."
- Un evento ogni due mesi - "Per non mettere troppa pressione neppure sui genitori."

## Un ottimo compromesso (per tutti)

Il loro primo evento attirò otto giocatori, alcuni dei quali tornarono per l'FNM; un grande successo, secondo Joseph.

È convinto che, se da ogni evento da otto partecipanti dovesse nascere un nuovo giocatore, questo contribuirebbe a **sostenere la sua base di giocatori nel lungo periodo.**

Ancora più importante è il fatto che per i giocatori più giovani si tratta di una fantastica esperienza in un ambiente senza troppe pressioni, oltre a diventare un appuntamento imperdibile per incontrare gli amici e approfondire il gioco che adorano. Questo è proprio lo stile di Joseph,

che preferisce "organizzare eventi rilassati e amichevoli".

## Futuro luminoso

Joseph e i suoi giovani giocatori non vedono l'ora di organizzare e partecipare ad altri eventi. E poiché ne arriveranno tanti in futuro, Joseph mantiene anche un occhio di riguardo per la crescita del suo negozio a lungo termine.

Quali sono le tue iniziative per creare un fantastico ambiente per i più giovani? Condividi con noi le tue idee scrivendo a [WPNStories@wizards.com](mailto:WPNStories@wizards.com)



[Wpn.Wizards.com](http://Wpn.Wizards.com)

