



RECEBENDO NOVOS JOGADORES

Um guia para atrair,
conquistar e auxiliar novos jogadores

Wpn.Wizards.com

RECEBENDO NOVOS JOGADORES

Um guia para atrair,
conquistar e auxiliar novos jogadores

WPN.Wizards.com

Recebendo novos jogadores: Um guia para atrair, conquistar e auxiliar novos jogadores

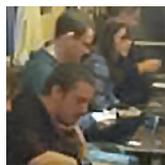
©2013 WIZARDS OF THE COAST LLC.

Este livro é protegido pelas leis de direito autoral dos Estados Unidos da América. Qualquer reprodução ou uso não autorizado do material e das ilustrações nele contidas é proibida sem autorização expressa por escrito da WIZARDS OF THE COAST LLC

WIZARDS OF THE COAST, *Magic: The Gathering*, *Dungeons & Dragons* e seus respectivos logotipos são marcas registradas da WIZARDS OF THE COAST LLC nos E.U.A. e em outros países.

Visite nosso site em Wpn.Wizards.com

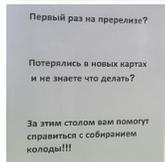
Conteúdo



Novos jogadores são a seiva vital da Wizards Play Network. 5



O presente do novo jogador. 6



Como você recebe novos jogadores?. 9

Aproveite ao máximo os decks de demonstração 10



Ferramentas para ensinar novos jogadores 11



O que você faz para surpreender e agradar os seus novos jogadores? 12



Como um presente simples pode criar um cliente fiel 13



4 ideias fáceis de prêmios 15



Como engajar novos jogadores em um evento? 16



Encontre o equilíbrio!. 18

O segredo do crescimento a longo prazo 20

Novos jogadores são a seiva vital da Wizards Play Network.



Atrair, conquistar e auxiliar novos jogadores ajuda a construir um negócio mais robusto, com crescimento sustentável a longo prazo.

Este guia vai lhe ajudar passo a passo. Você aprenderá como atrair novos jogadores, reduzir os obstáculos à sua entrada e levá-los de jogadores casuais a assíduos e além.

Vamos começar?



O presente do novo jogador

Era um sexta-feira à noite como qualquer outra na minha loja, [Wonko's Toys and Games](#). O público para o Friday Night Magic estava bom, 30 para Padrão e 16 para draft, com alguns novos jogadores nos dois formatos.



No início da segunda rodada, Frank, um dos novos jogadores, veio pedir para falar com o gerente. Eu apareci, preparado para uma reclamação.

O que aconteceu em seguida foi uma surpresa completa.

Novos jogadores buscam lojas acolhedoras

Frank disse que ele esteve em toda a cidade jogando *Magic*. Mas não importa onde fosse, era sempre a mesma história se repetindo. Todos só queriam saber de competição e não tinham paciência para jogadores que tinham dúvidas sobre as regras.

Então, duas semanas atrás, ele encontrou a Wonko's.

Um lugar para chamar de seu

Com nossa política de “não intimidação” na folha de assinatura, Frank se sentiu relaxado. Então, nós fizemos os anúncios de regras gerais no começo da primeira rodada.

Ele jogou no Draft do FNM e o mestre da mesa deu dicas a ele de como fazer o draft do bloco atual e o ajudou a construir o deck.



Isso havia acontecido duas semanas antes, e naquela noite ele recebeu o mesmo tratamento, mas com pessoas diferentes.

Ele disse: “Eu encontrei o meu lugar.”

Uma oferta como nunca ouviu antes

Como se todos esses comentários não fossem suficientes para me deixar orgulhoso, Frank prosseguiu com uma oferta de comprar três caixas de boosters, que eu escolhesse, para adicionar aos prêmios de suporte para aquela noite e para o próximo FNM.

Eu fiquei perdido. Nunca tinha ouvido uma oferta como esta antes.

Eu fiz a minha parte e ofereci que ele comprasse as caixas a preço de custo. Ele concordou, mas aumentou a quantidade para quatro.

O público enlouqueceu

No final da terceira rodada, eu pedi para falar com todos. Anunciei que, graças ao novo jogador, hoje o prêmio acumulado teria três pacotes por jogador.

Novamente, o público enlouqueceu. Alguém perguntou “O que está acontecendo?”

Eu disse a eles que o bom comportamento, ajuda e o modo educado deles convenceram alguém a chamar a Winko's de seu novo lugar para *Magic*.

Todos aplaudiram. Até alguns dos jogadores profissionais naquela noite disseram ter nos escolhido por causa da atmosfera.

Então, alguém opinou que seria por causa da minha família e sua insistência em manter o ambiente divertido e acolhedor o tempo todo. Eu fiquei com os olhos cheios d'água e agradei a todos.



E então? Viram o que acontece quando você faz a coisa certa? Trate as pessoas com respeito e exija que elas tratem umas às outras com o mesmo respeito. Encoraje as crianças e os jogadores que retornem a tentarem e você vai acabar criando um ambiente de jogo incrível.

Em um dado momento, esse ambiente pode surpreender você e começar se manter por si próprio.

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



*À frente: Erica, Rebekah & Denise Dow
Atrás: Alex Tune, Brian M. & Eric Dow
Não apareceram na foto: Keith Blackard & Ray Rimmer*

Como você recebe novos jogadores?

A loja [Game On](#) em Cheltenham, Reino Unido, acredita que o estômago é o melhor caminho para o coração de um jogador. Eles dão bolo para os novos jogadores para fazer com que se sintam parte da turma.

Na loja [Chimera Brierley Hill](#), no Reino Unido, jogadores veteranos costumam doar cards comuns e incomuns de seus drafts aos jogadores mais novos. Isso causa uma ótima impressão nos novos jogadores e faz com que eles queiram voltar à loja.



Aproveite ao máximo os decks de demonstração

Os decks de demonstração gratuitos não são só uma grande ferramenta para ensinar a jogar *Magic: The Gathering*, mas também um ferramenta de marketing para a loja.

Veja como usá-los a seu favor:

1. Demonstre entusiasmo

Antes de fazer uma demonstração, mostre seus cards favoritos do deck com entusiasmo e compartilhe o que sabe sobre eles.

2. Seja simples

Não se preocupe em se ater às regras com precisão. O objetivo é ensinar que o *Magic* é divertido e estimulá-las a procurar saber mais.

3. Dê uma razão para o cliente voltar

Após concluir a demonstração, ofereça ao cliente um deck de demonstração e um ingresso gratuito para a próxima Friday Night Magic ou algum outro evento convidativo para novos jogadores. Mostre ao jogador como combinar os dois decks de demonstração para criar um deck Padrão.

4. Divulgue a loja

Coloque um adesivo nos decks de demonstração com informações sobre a loja e uma mensagem convidando novos jogadores a irem na próxima FNM para aprender a jogar!

5. Distribua decks de demonstração fora da loja

Não espere jogadores novos entrarem na sua loja e pedirem uma demonstração. A [Dizzy Dugout](#), de Collinsville, Illinois, distribuiu decks de demonstração a quem pede “gostosas ou travessuras” na festa de Halloween da cidade.

Distribua decks de demonstração em eventos como feiras, festivais e outros lugares onde haja jogadores em potencial.



Precisa reabastecer?

Contacte o seu representante WPN para pedir mais decks de demonstração gratuitos!



Ferramentas para ensinar novos jogadores

Transforme novos jogadores em clientes regulares com esses downloads!

Atrair novos jogadores para o *Magic: The Gathering* começa com uma ótima demonstração.

E nós temos vários downloads gratuitos para ajudar!

Demo Flip Guide

Apresente o jogo aos novos jogadores usando o [Learn-to-Play Demo flip guide](#)



para uma demonstração intuitiva, cara a cara, de *Magic: The Gathering*! Leve-o a uma gráfica e peça para imprimirem em páginas laminadas, adicionando uma espiral ao topo das páginas

para poder reutilizá-lo.

Guia de Início Rápido

Faça download, imprima e distribua o [Guia de Início Rápido](#) para uma experiência detalhada que aborda todos os aspectos importantes do jogo e até inclui um glossário de palavras-chaves e habilidades!



Cartões de Referência de Regras

Prepare uma mesa de demonstração, fazendo download e imprimindo o [Cartão de Referência de Regras](#), e colando-o na mesa!



Duels of the Planeswalkers

Coloque *Duels of the Planeswalkers* para trabalhar como um "funcionário extra". [Faça Download do tutorial grátis](#) e prepare uma estação de demonstração na sua loja!

Lembre-se de dar um deck de demonstração, booster promocional ou até um deck inicial do *Première Pack* aos seus novos jogadores e convide-os a voltarem para o seu próximo evento!

Como você ensina os novos jogadores? [Conte-nos!](#)



O que você faz para surpreender e agradar os seus novos jogadores?

Christian Liedtke da [Blitzplatz](#) distribui camisetas com o logotipo da loja. Os jogadores as usam ao jogar em outras lojas para mostrar de onde eles vêm. As lojas na área têm uma comunidade forte e essa prática é parte da experiência.



Derrick Sheets da [Game On](#) diz: “Eu fiz vários eventos com prêmios de participação. Nós acabamos de entregar um *From the Vault: Twenty*. . . Eu acho que prêmios de participação são fantásticos. Sorteios são fantásticos. Qualquer coisa na qual alguém possa simplesmente aparecer e receber coisas de graça ou só por participar. Se eles estiverem pagando US\$ 5 para jogar em seu evento e receberem um card promocional gratuito vez ou outra, vão adorar!”

Como um presente simples pode criar um cliente fiel

Há alguns anos, eu sempre ouvia coisas ótimas sobre uma nova loja online de sapatos chamada [Zappos](#).

Curioso para descobrir se toda aquela empolgação era justificada, eu encomendei um par de Chuck Taylor All Stars deles. Após finalizar meu pedido, eu enviei um tweet sobre a minha compra.

Para a minha surpresa, [o atendimento ao cliente da Zappos](#) respondeu imediatamente. Eles queriam saber meu endereço de e-mail para poderem enviar uma surpresa junto com o meu pedido. Eu respondi feliz.

Meus sapatos estavam na minha casa na manhã seguinte, vários dias antes do prazo, junto com uma nota da Zappos: Agora eu era um cliente VIP, com direito a entrega no dia seguinte por toda a vida.

Um presente vale mais que mil palavras



Com um presente simples inesperado, a Zappos conseguiu minha fidelidade para a vida toda.

Agora eu compro todos os meus sapatos na Zappos. E graças a alguns compromissos e palestras, eu contei essa história a pelo menos quinhentas pessoas.

A minha história não é única.

É provável que você frequente lojas graças a um gesto gentil ou um presente de baixo custo. Na verdade, é possível que você tenha clientes fiéis por causa de algo que você fez para eles.

Por quê?

O poder da reciprocidade

Quando alguém faz alguma coisa por você, você se sente inclinado a devolver o favor. Esse conceito psicológico é conhecido como [reciprocidade](#).

De forma resumida, interações positivas levam a mais interações positivas.

Mas é possível quantificar?

O (baixo) custo da fidelidade

Digamos que você invista R\$2 para surpreender e agradar cada novo cliente que entra pela sua porta. Com que frequência você acha que isso vai funcionar?

Pela perspectiva mais negativa, digamos que apenas 1% dos clientes decida retornar.

Para converter apenas um cliente em cem, você gastou R\$200. Apesar da taxa de conversão não ser ótima, o custo de aquisição ainda é.

Quanto você acha que um cliente fiel gastará durante a vida do seu negócio?

Veja a seção [Faça sua loja crescer](#) deste site para mais ideias sobre *como* criar interações positivas que criam fidelidade. E coloque o poder da reciprocidade para trabalhar na sua loja!

Por Paul Hagan, Gerente Sênior de Marketing Comercial, Wizards of the Coast



4 ideias fáceis de prêmios

Em termos de prêmios, todos nós sabemos que cards são uma grande sacada. Mas os jogadores também adoram brindes que mostram o espírito da loja.

Uma rápida busca no Google por “materiais promocionais” retorna centenas de sites onde você pode criar materiais personalizados com a sua marca, e vários são muito baratos.

[De acordo com um estudo](#) da Promotional Products Association International, os produtos promocionais mais lembrados são:

- Vestíveis: 41%
- Instrumentos de escrita: 35%
- Copos e afins: 19%

Aqui estão algumas ideias de outras lojas por onde começar:

Adesivos



Lifepads



Camisas com a marca



Bótons



O que você faz para surpreender e agradar os seus jogadores? [Mande um email com a sua história e fotos!](#) Adoraríamos ouvir suas sugestões!

Como engajar novos jogadores em um evento?

Matt Hanes nos enviou uma história sobre a primeira experiência de seu filho com jogos de cards.



“Jimmy era o jogador mais jovem de lá. Ele estava muito nervoso e, para ser sincero, eu também. A maioria dos outros jogadores eram adultos, mas eles compartilharam da animação de Jimmy.

Nós estávamos jogando com um dos decks iniciais pré-montados modificado e achamos que tínhamos feito um bom trabalho. Funcionou bem quando jogamos um contra o outro, mas estávamos em grande desvantagem.

No entanto, todos nos ajudaram. Alguém deu a ele uma pilha de cards para melhorar o deck que ele tinha. Então, nos deram um deck muito mais competitivo para o próximo torneio. Alguém deu a ele um dado que combinava com a camisa dele. Ele ficou tão feliz que não parava de balançar os braços. . .

Então, depois de ficarmos na 27ª colocação dentre 29, os vencedores se juntaram e deram ao Jimmy seus distintivos e mais uma pilha de cards. Ele virou um mascote para os outros jogadores e agora quer jogar sempre que pode.

Apesar de perder o dia todo, ele teve uma experiência inesquecível.



Encontre o equilíbrio!

Como duas lojas WPN aperfeiçoaram a “competição amistosa”

Esta é uma fórmula testada e aprovada: em jogos competitivos, dê prêmios aos melhores colocados. Em jogos amistosos, dê prêmios aleatoriamente.

Mas como encorajar jogos amistosos em um ambiente competitivo? E como encorajar a competição, mantendo uma atmosfera amistosa?

Essas duas lojas descobriram como. Elas fazem o seguinte:

O programa inovador de rifa da Battlezone

A [Battlezone](#) construiu uma comunidade exuberante de *Magic* em uma pequena cidade na Flórida. Em oito meses, eles introduziram **mais de 50 novos jogadores, quase 60% da base de jogadores deles.**

O organizador Kyle Halvusen diz que eles devem grande parte do sucesso a um programa de rifa inovador, que os ajuda a se conectarem aos novos jogadores, enquanto mantêm contato com os jogadores regulares.

Funciona dessa forma:

Distribua uma rifa por derrota no jogo (vitória 2-1 = uma rifa; derrota 1-2 = duas rifas). Ao final da noite, rife tapetes de jogo, caixas de deck e protetores de cards, além de distribuir os prêmios normais por colocação e espírito esportivo.

Kyle diz que isto gera um momento de “bem-estar” para os jogadores que tiveram uma noite ruim, e dá a eles uma chance de fazer uma conexão com os novos jogadores, especialmente com os mais jovens:

“Qual é a sua altura?” pergunta ele, distribuindo uma rifa por polegada da resposta.

“Depois que fazemos essa conexão, eles continuam sempre voltando” explica Kyle.



“Escolha Aberta” na Ace Comics

Durante o Friday Night Magic na [Ace Comics](#) em Brisbane, na Austrália, cada jogador recebe pelo menos um booster. A diferença é que os boosters são abertos.

Funciona dessa forma:

Digamos que um FNM atraiu doze jogadores (como o de 8 de agosto). Eles adicionam doze boosters aos prêmios (um por jogador) e os abrem. Depois de três rodadas, os jogadores escolhem seus boosters de acordo com as colocações e cada um dos quatro melhores recebe mais um booster fechado.

A parte importante é que as duas lojas estão tornando a vitória importante, sem torná-la *essencial*

Tente fazer isso no FNM desta semana!



O segredo do crescimento a longo prazo

O Friday Night Magic explodiu no verão passado na [River City Comics and Games](#).

Após o *Modern Masters*, o proprietário Joseph Scheib percebeu o surgimento de interesse pelo formato Modern e trocou a FNM pelo Modern, **aumentando o público em 77% no verão passado.**

Depois da troca, ele se viu cercado de jogadores experientes e notou que estava perdendo a oportunidade de atrair novos jogadores.

“

“Os jogadores atuais são ótimos, mas, para fazer o jogo crescer, precisamos torná-lo acessivo para novos jogadores”, explica Joseph Schieb da River City Comics.

”

Então, bem perto do **Modern Pro Tour Qualifier de 225 jogadores**, um assíduo da FNM procurou Joseph para falar que seu filho de dez anos gostava de *Magic*, mas enfrentava dificuldades na FNM.

“Ele se sai melhor quando enfrenta gente da idade dele”, declarou o pai.

Então os dois colocaram a cabeça para pensar e chegaram a uma solução: um evento para iniciantes voltado para crianças.

Um novo modelo para novos jogadores

A ideia era manter a atmosfera de “torneio” e, ao mesmo tempo, tornar o ambiente confortável para as crianças.



Eles criaram o evento com este objetivo em mente:

- Taxa de inscrição no valor de U\$2 (“para sentirem que estão em um torneio”).
- Prêmio modesto (“Assim eles recebem uma recompensa”—sem atrair interesse dos veteranos).
- Regras brandas e informais (“Pra eles não se sentirem pressionados”).
- Um evento a cada dois meses (“Não quero sobrecarregar os pais também”).

Diversão (para todos)

O primeiro evento atraiu oito participantes, vários dos quais voltaram na FNM—um grande sucesso, segundo Joseph.

Segundo Joseph, se cada evento de oito jogadores criar um novo competidor, o resultado ajudará a **manter a base de jogadores a longo prazo**.

E o principal é que é uma ótima experiência para as crianças, em um ambiente sem pressão, onde se pode fazer novos amigos e explorar o jogo que elas adoram—bem do jeito que o Joseph gosta.

“Prefiro organizar torneios mais amigáveis e tranquilos”, diz ele

Futuros brilhantes

Joseph e seus jovens jogadores aguardam ansiosamente pelos próximos eventos. E com cada vez mais gente chegando, Joseph promove o crescimento a longo prazo da sua loja.

O que você tem feito para proporcionar boas experiências às crianças? Conte-nos em WPNStories@wizards.com



Wpn.Wizards.com

