



Fare sul serio con il gioco amatoriale

Una guida per i rivenditori su come organizzare, favorire
e sfruttare il gioco amatoriale

WPN.Wizards.com

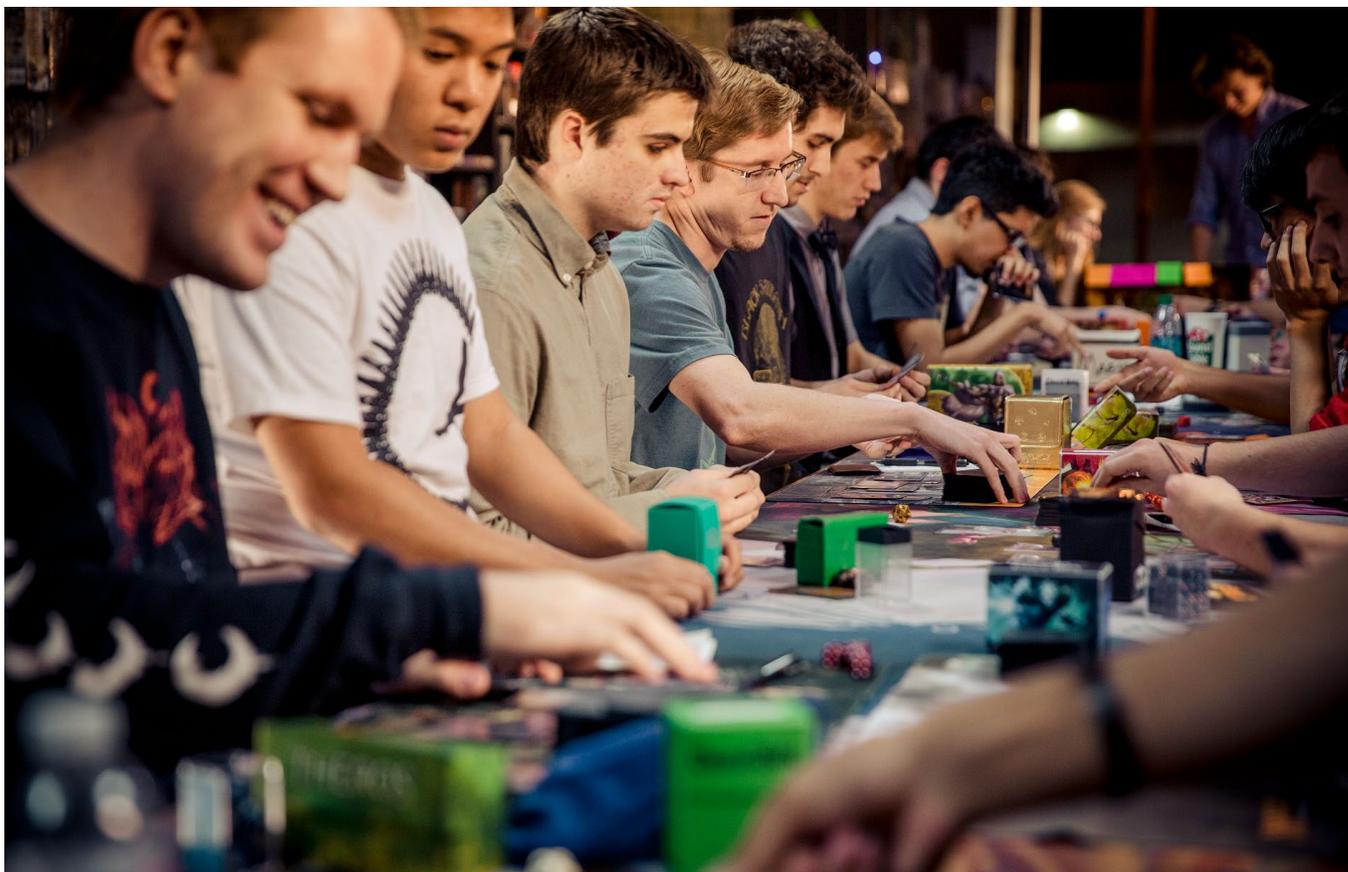
Fare sul serio con il gioco amatoriale: una guida per i rivenditori su come organizzare, favorire e sfruttare il gioco amatoriale

© 2015 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 all'indirizzo WPN.Wizards.com



Cosa intendiamo con il termine “gioco amatoriale”?

Ci riferiamo in particolare a due aspetti: la **struttura degli eventi** (ossia la struttura di turni e premi) e l'**atmosfera degli eventi** (buon umore e spirito sportivo).

Questa guida ti aiuterà a sfruttarli entrambi. Imparerai le caratteristiche del gioco amatoriale, perché è importante e come altri negozi riscuotono successo puntando su questo tipo di eventi.

Sei pronto per cominciare?



Contenuti

Organizzazione di eventi amatoriali: programma giorno per giorno

Fidelizza fino al 75% dei nuovi clienti	6
Come i formati amatoriali hanno fatto crescere Games Academy	7
Tre idee per eventi fuori dal comune che possono attrarre nuovi giocatori	10

Organizzazione di eventi amatoriali: Friday Night Magic

Perché il tuo FNM potrebbe essere 15 volte più grande	14
Offri un FNM migliore	17
Scopri come questo negozio ha sviluppato il suo FNM	21
Tre metodi per far crescere il tuo FNM	23

Creazione di un'atmosfera rilassata: come sfruttare i premi

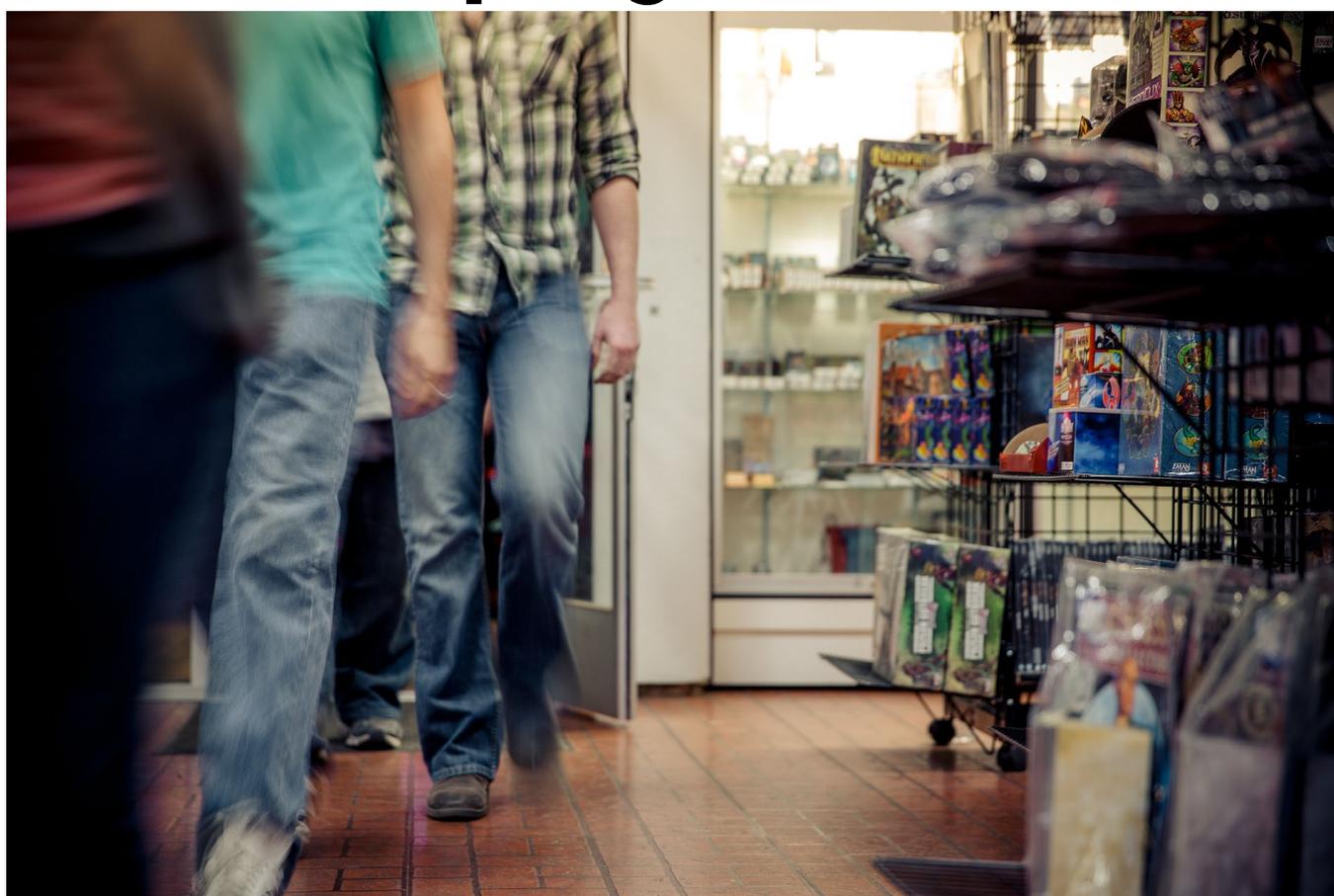
Come ottimizzare il tuo montepremi	27
Dietro le quinte dell'FNM più grande del mondo	28
"Ha portato il nostro Prerelease a un nuovo livello"	32
Tre idee per rendere più allettanti i tuoi premi	37

Creazione di un'atmosfera rilassata: come sfruttare gli spazi

Come battere la concorrenza online	42
Scopri come questo negozio italiano batte la concorrenza digitale	46
Le magasin Armada Games célèbre Thanksgiving	47



Organizzazione di eventi amatoriali: programma giorno per giorno



Fidelizza fino al 75% dei nuovi clienti

Ecco come puoi riuscirci!



Come i formati amatoriali hanno fatto crescere Games Academy

Quando Fabio Zuccarini ha aperto il suo negozio [Games Academy](#) quasi otto anni fa, non gli piaceva l'idea di promuovere eventi agonistici.

Per il gioco in negozio si è concentrato invece sui formati amatoriali, offrendo un'esperienza ampia e diversificata, che variava da Commander e Pauper fino a intro pack e Duel Decks.



L'idea generale di Fabio era semplice: offrire formati che fossero accessibili per i clienti, ma allo stesso tempo generassero profitti promuovendo le vendite di nuovi prodotti di *Magic: The Gathering*.

Legga di intro pack

Un esempio chiaro è la Lega di intro pack di Games Academy.

Ogni volta che viene pubblicata una nuova espansione, Fabio dà inizio a una lega dove i giocatori possono giocare solo con gli intro pack appena usciti, aggiungendo carte da buste addizionali solo se non vincono partite.

Fabio tiene traccia di tutte le buste che i giocatori aprono per la lega, garantendo l'integrità degli eventi ed educando i clienti a giocare in un ambiente amatoriale.

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



Amatoriali giorno per giorno

Il calendario settimanale del negozio è un ottimo esempio di offerta di eventi amatoriali giorno per giorno.

Il lunedì, il negozio organizza una Lega Commander; il martedì, una Lega di intro pack; il mercoledì, un evento Standard; il giovedì, un torneo Commander amatoriale; il venerdì, FNM Commander e Standard; e infine, il sabato, Booster Draft.

Ogni evento offre una struttura di prezzi accessibile per invogliare nuovi giocatori: tutti i partecipanti portano a casa almeno una busta.

Formati "per veterani" come Modern, Legacy o Vintage sono limitati a grandi eventi agonistici come i Grand Prix Trial o i Preliminary Pro Tour Qualifier.

Risultati oltre ogni aspettativa

Nel 2014, Fabio ha venduto quasi duecento intro pack e ottanta mazze Commander e il suo negozio è stato uno dei primi in Italia a raggiungere il livello Advanced Plus.

Ogni volta che inizia una nuova lega, si iscrivono in media 25-30 persone e Fabio registra almeno otto nuovi giocatori ogni mese.

I cambiamenti alla struttura del Friday Night Magic, che ora permette di giocare i formati amatoriali, lo hanno aiutato a promuovere ancora di più i profitti generati da questo tipo di eventi.

Negli ultimi cinque anni, Games Academy ha ottenuto una crescita superiore al 10% nelle vendite di prodotti di *Magic*, un risultato che Fabio attribuisce alla sua scelta di concentrarsi sul gioco amatoriale.



Tre idee per eventi fuori dal comune che possono attrarre nuovi giocatori

Quali eventi organizzati per attrarre nuovi giocatori? Serate “porta con te un amico”? Eventi introduttivi? Si tratta di ottime idee dal successo comprovato, ma numerosi negozi WPN stanno lasciando spazio alla creatività per trovare nuovi giocatori con metodi meno comuni.

Ecco tre esempi:

1. “*Magic* per mamme e figli”

A volte, i genitori sono curiosi di scoprire i giochi che i loro figli adorano, ma non sanno come iniziare. Altre volte, invece, sono veterani di *Magic*, desiderosi di condividere la propria passione.

L'evento “*Magic* per mamme e figli” di [The Gameboard](#) risponde a entrambe le esigenze: qui le mamme e i loro figli giocano in Two-Headed Giant contro altre squadre mamme/figli.

Esiste una regola speciale da rispettare, però: **se il giocatore più esperto vuole dare consigli all'altro, dovrà sacrificare un permanente.**

La proprietaria Lynn Potyen ricorda un incontro particolarmente avvincente, in cui una squadra era sull'orlo della sconfitta, quando il figlio trovò un modo per sopravvivere. Scelse di sacrificare un permanente, mettendo se stesso in pericolo, per mantenere sua madre in gioco.

“Beh, funzionò e vinsero!”, commenta Lynn.



2. Feste di compleanno con *Magic*

Lo scorso marzo, il genitore di un giovane e appassionato giocatore di *Magic* ha chiesto a Keegan Conrad di Comics to Astonish qualche idea per organizzare una festa di compleanno basata su *Magic*.

Ray Nee, il responsabile del negozio, ha risposto senza indugio: "Potremmo organizzare una festa privata nel negozio!"

[Comics to Astonish](#) ha fornito i prodotti e un organizzatore, mentre i genitori si sono occupati della torta e del gelato. Il risultato sono state tre ore di *Magic* in un evento privato in stile "VIP", un'esperienza indimenticabile, soprattutto per i giocatori più giovani.



Molti ragazzini hanno scoperto *Magic* per la prima volta e Keegan conferma che continuano a partecipare agli FNM.

"Una volta finito, ho pensato che probabilmente avremmo dovuto iniziare a offrire eventi simili anni fa."

3. *Magic* alla festa medievale

Per il quarto anno consecutivo, Jason Webster di Dreamer's Vault ha collaborato con il [Minnesota Renaissance Festival](#), ospitando un Booster Draft nella zona della fiera.

La quota per il draft include l'ingresso alla fiera e non si discosta molto dal costo del normale biglietto di ingresso. Gli organizzatori della manifestazione forniscono i prodotti, Jason si occupa dei premi, oltre ad accessori rivendibili come bustine protettive e portamazze.

Jason afferma che, dopo la fiera, in negozio si sono presentati nuovi giocatori di tutti i tipi.

“Si tratta probabilmente del gruppo di età più eterogeneo di qualsiasi evento che abbia mai organizzato. È un ottimo metodo per farsi conoscere.”

Ecco i consigli di Jason per collaborare con questo tipo di eventi:

- Contatta il dipartimento di marketing.
- Scegli in anticipo una postazione alternativa da usare in caso di maltempo.
- Adeguati all'atmosfera ([non usare computer né stampanti](#)).
- Distribuisci buoni da riscattare in negozio.
- Applica le regole a livello amatoriale.



Organizzazione di eventi amatoriali: Friday Night Magic



Perché il tuo FNM potrebbe essere 15 volte più grande

Ogni venerdì, innumerevoli giocatori si ritrovano per l'imprescindibile esperienza, da anni l'essenza stessa di *Magic*, di sfidarsi faccia a faccia, in compagnia.

E poi c'è il Friday Night Magic.



Il 94% degli incontri di Magic si svolge a casa.

Di tutti i giocatori, solo il 6% si diverte fisicamente con altri appassionati in un negozio.

Questo è esattamente il motivo per cui abbiamo cambiato l'FNM. Ora hai a disposizione più flessibilità per poter attrarre i giocatori che cercano quella preziosa esperienza dal vivo, ma senza rinunciare a un ambiente rilassato.



Il 75% dei principianti continua a giocare a Magic se la loro prima esperienza è nel gioco amatoriale.

Fai partire i neofiti con il piede giusto grazie a eventi introduttivi aperti a tutti o ai formati multiplayer. Ora sono opzioni valide per l'FNM!

Questo non significa che a rimetterci debbano essere i tuoi veterani.



Gli FNM possono essere organizzati in qualsiasi formato.



Segui l'esempio di Pandemonium Books and Games, dove l'FNM ha qualcosa da offrire per chiunque, da Modern a Pauper passando per il gioco amatoriale aperto a tutti.

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

Pandemonium Books and Games

Un FNM diversificato come quello di Pandemonium soddisfa i giocatori esistenti, offrendo al tempo stesso un punto di accesso ai principianti.

Includi il gioco amatoriale nel tuo [FNM di giugno](#) prima che si concluda il periodo di programmazione questo giovedì!



Offri un FNM migliore

Il 9 gennaio 2015, all'FNM di [Pandemonium](#) si sono presentati 71 giocatori: 25 giocavano in formato Standard, 29 in Modern.

Gli altri 17 stavano tracciando la rotta verso un FNM migliore.

Come da programma



Da quando l'FNM è cambiato all'inizio del 2015 (**tutti i formati, più promo, nessun limite minimo di partecipanti**), Brandon Petitpren ha rapidamente diversificato la sua offerta di eventi, aggiungendo programmi per i giocatori amatoriali.

Giocatori come quei 17, che costituiscono il 24% di una serata di *Magic* già affollata.

Ecco il programma di un venerdì sera tipico:

18:00 - Standard

Aggiungere nuove opzioni per i giocatori amatoriali non significa ridurre quelle a disposizione di tutti gli altri, infatti Standard inizia come sempre alle sei in punto.

Brandon è convinto che l'aggiunta del gioco amatoriale abbia addirittura rinvigorito i suoi tornei tradizionali: i principianti hanno l'occasione di dare un'occhiata a quel mondo, e spesso ne restano affascinati.

19:00 - Pauper

In Pauper, i giocatori costruiscono mazzi composti unicamente da carte comuni. Da Pandemonium, costituisce un'opportunità per conoscere i formati Constructed di *Magic* in un clima rilassato e a partecipazione libera.

Come funziona la Lega di Pauper da Pandemonium:

Ogni partecipante costruisce tre mazzi, nessuno dei quali può condividere un colore con gli altri. I giocatori passano da un mazzo all'altro nel corso di sei settimane, disputando tre incontri a settimana nei tre appuntamenti settimanali della lega.

In alcune serate, i mazzi vengono inseriti nei portamazzi, mischiati e distribuiti casualmente: ognuno deve giocare con quello che riceve.



20:00 - Modern

Da Pandemonium hanno radunato un gruppo fantastico che gioca ad alto livello, e il passaggio al nuovo sistema non lo ha minimamente scalfito.

“Continuiamo a vedere trentenni e quarantenni che vengono a giocare a Standard e Modern.”

Tutta la sera: Lega di Commander



Tre promo dell'FNM sono riservate per i giocatori della Lega di Commander.

Come funziona la Lega di Commander da Pandemonium:

Invece di accumulare punti per una stagione, i giocatori partono da 40 e li *perdono* per infrazioni commesse nelle partite, ad esempio giocando più di due turni di seguito o infliggendo troppo danno in una sola fase di combattimento.

A richiesta: Cube

Un “Cube” è un formato draft personalizzato con carte di qualsiasi espansione della storia di *Magic*.

Pandemonium ne ha preparati tre, ognuno disponibile per qualsiasi giocatore con tre amici disposti a divertirsi.

Brandon afferma che i principianti sono sempre esaltati quando vedono in azione le più potenti delle carte classiche, talvolta al punto da essere invogliati a provare nuovi formati.

Tuttavia, anche se così non fosse, attrarre giocatori con profili diversi è già un successo.

“Senza dubbio il gruppo è cresciuto e si è differenziato”, commenta Brandon.



Scopri come questo negozio ha sviluppato il suo FNM

Sforzarsi di offrire un'atmosfera divertente e rilassata durante il Friday Night Magic invoglia i nuovi clienti a farti visita, giocare e rimanere in negozio.

Prendi ad esempio Lee Wiegand di [Know Dice Games!](#)

Ha creato una collaborazione con la comunità locale

Quando un rappresentante di [Boys and Girls Club of America](#) ha contattato Know Dice Games, Lee e i suoi dipendenti si sono presentati presso la loro sede per una visita, portando con sé sample deck di *Magic: The Gathering* in abbondanza da distribuire e usare per insegnare il gioco a tutti.



Aiutare la propria comunità locale, ispirando ed educando i bambini, è stata la ricompensa più grande. Lee, tuttavia, si è presto reso conto che costituiva anche un'opportunità.

Ha organizzato un evento introduttivo durante l’FNM

Dopo l’esperienza con Boys and Girls Club, Lee ha deciso di lanciare un nuovo evento Friday Night Magic incentrato sull’educazione dei principianti.

Questo appuntamento amatoriale dell’FNM è ad accesso gratuito, usa solo sample deck, non prevede una struttura da torneo ed è pensato per giocatori alle prime armi e inesperti.

Chi partecipa riceve uno sconto sul secondo evento FNM, che ha inizio un paio di ore dopo. La promozione è valida anche per i veterani!

In effetti, uno dei giocatori esperti di Lee partecipa regolarmente per aiutarlo a insegnare il gioco ai nuovi arrivati.

È convinto che un evento amatoriale dia i suoi frutti

Ai suoi primi eventi introduttivi si sono presentati venti giocatori, molti più di quanti se ne aspettasse.

Non solo l’iniziativa ha attirato volti nuovi, inclusi alcuni membri di Boys and Girls Club, ma ha creato anche un’atmosfera generalmente più rilassata e accogliente in negozio.

Lee racconta che, prima dell’aggiunta dell’evento amatoriale all’FNM, “alcuni se ne andavano prima ancora dell’inizio dell’evento quando scoprivano che il nostro giocatore migliore avrebbe partecipato quella sera.”

Ora il divertimento per tutti è la priorità e chiunque ha le stesse opportunità di ricevere una promo dell’FNM.

Segui l’esempio di Lee! Contatta un’organizzazione della tua comunità locale e cerca di creare una collaborazione. Poi aggiungi un evento amatoriale al Friday Night Magic e invita i loro membri a venire a giocare nel tuo negozio!



Tre metodi per far crescere il tuo FNM

Ricordi la struttura precedente del Friday Night Magic? Solo un paio di formati, chiuso al gioco amatoriale, con poche carte promo e linee guida severe per la loro distribuzione?

Ripensa a quei tempi: cosa avresti voluto poter fare diversamente? Quali idee creative avresti voluto provare?

È probabile che molte di esse ora siano possibili. L'FNM è aperto a tutti i formati, a tutti i livelli di dedizione e a tutte le età.

Ecco tre consigli per approfittare della maggiore libertà:

1. Tutti i formati

Prova qualsiasi formato i tuoi clienti preferiscano, inclusi quelli che ancora non esistono!

Spingi i tuoi giocatori a inventare nuovi e fantasiosi modi di divertirsi. Nelle community più brillanti, è da sempre un'abitudine: ora potranno farlo direttamente all'FNM.

Alcuni esempi, tratti da [reddit](#):



[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.

"Field Marshal. Mazzo Singleton da 60 carte, ma puoi inserire quattro copie di una creatura a tua scelta."



[-] [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](#)

"Noi ne proviamo uno per Halloween. Mazza legale in Modern, può contenere solo creature legate a Halloween come goblin, spiriti, vampiri, zombie, ecc."



[-] [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](#)

"Couch Magic. Giochi a Magic con un amico, seduti alle estremità opposte del divano. Qualsiasi permanente o magia che cade dal divano viene esiliato."

2. Tutti i livelli di dedizione

[Pandemonium Books and Games](#) sposa questa filosofia con offerte rivolte a qualsiasi tipo immaginabile di giocatore, principiante o esperto, amatoriale o competitivo: Modern, Pauper, Lega di Commander e chi più ne ha più ne metta.



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

"Anche quando non giochi, è divertente fare un salto per chiacchierare di Magic. Ci vediamo stasera!"



3. Tutte le età

Sempre più sedi WPN stanno costruendo community solide grazie a sforzi diretti a tutta la famiglia.

Un esempio è l'angolo dei bambini da [Gamerz Pair-a-Dice](#), con attività pensate per i giocatori in erba. [Golem Head Games](#) ha addirittura una postazione dove i più piccoli possono ricaricare i loro tablet.

Ora possono spingere i loro sforzi al prossimo livello e approdare all'FNM. Immagina un Two-Headed Giant in coppia padre-figlia, o una Lega Trio di famiglia. Le possibilità sono infinite.

È tempo di cominciare a esplorarle!



Creazione di un'atmosfera rilassata: come sfruttare i premi



Come ottimizzare il tuo montepremi

Sfrutta questa tecnica per fidelizzare nuovi clienti!



Dietro le quinte dell'FNM più grande del mondo

Quattro turni alla svizzera, una busta per incontro vinto.

Il venerdì sera da Madness Games somiglia in tutto e per tutto a quello di qualsiasi altro negozio di giochi.

In tutto tranne il fatto che **ogni settimana si presentano 250 persone.**



Il montepremi non è straordinario e le quote di iscrizione non battono quelle della concorrenza. Da cosa deriva il loro successo?

“Non so spiegare con precisione perché registriamo questi numeri”, afferma Chris Mettler, il proprietario.

Dopodiché, ci spiega chiaramente perché i suoi eventi hanno un'affluenza così elevata.

Atmosfera rilassata

“ *Abbiamo creato un ambiente in cui le persone possono giocare a Magic in negozio come farebbero in casa propria.* ”

L'FNM più grande del mondo non ha sempre visto una partecipazione simile. Nel 2010, Madness si rimise in attività dopo una lunga pausa dagli eventi con il Prerelease di *Ascesa degli Eldrazi*, che attirò 30 giocatori.

All'epoca, la community di *Magic* nel nord del Texas era concentrata sul gioco agonistico, con ricompense pensate principalmente per i primi in classifica. Chris, invece, nonostante la resistenza di alcuni giocatori, si impegnò ad attrarre clienti che cercavano un ambiente meno formale e un montepremi con distribuzione più ampia.

Fu una mossa intelligente: solo il 6% di incontri di *Magic* si disputa in tornei organizzati. Chris creò semplicemente un'opzione adatta al rimanente 94%.





Il 94% degli incontri di *Magic* si svolge a casa.

La partecipazione è aumentata gradualmente nei cinque anni successivi.

“Continuavano ad aumentare, poco a poco. Sessanta, poi ottanta, poi novanta”, ricorda.
 “Ora siamo tra 220 e 260.”

Esperienze costantemente positive

“ *Il nostro FNM è costante. Sai sempre cosa aspettarti.* ”

Mantenere un’atmosfera rilassata ha aiutato Madness a ottenere il suo successo senza pari. Come riescono a mantenerlo, però?

“Non riusciamo a trovare un senso logico”, commenta Chris.

Ciò che sfugge a lui, tuttavia, ha perfettamente senso secondo [Corporate Executive Board](#): il 94% dei clienti torna nei negozi che offrono esperienze semplici, affidabili e [“senza sforzi”](#).

“È semplicissimo”, afferma Chris.

Ecco le caratteristiche dell’FNM “senza sforzi” da Madness:

Inizio in orario: “Quella è la base, la cosa più semplice.”

Annunci di routine: “Organizziamo una vera e propria riunione tra i giocatori.”

Attesa tra i turni minima: “Alla fine del turno, si dovrebbe già aver elaborato il 99% dei risultati.”

Rispetto del codice di condotta: “Da noi giocano capitani d’industria che guadagnano milioni di dollari l’anno e si presentano in Lamborghini, accanto a ragazzi che si sono fatti più di tre chilometri in bici per partecipare. Tutti vogliono la stessa cosa: essere trattati con rispetto.”

Il tuo mercato può sostenere una community delle dimensioni di quella di Chris? Improbabile.

Il tuo negozio può ospitare 250 persone? Difficilmente.

Anche se applicata su scala gigantesca, tuttavia, la strategia è universale: atmosfera rilassata e costanza sono strumenti potenti.

Sfruttali anche tu nel tuo negozio!



“Ha portato il nostro Prerelease a un nuovo livello”

[The Dragon](#) si è preparato ad affrontare il Prerelease di *I Khan di Tarkir* con un obiettivo chiaro e ragionevole: raggiungere cinquanta giocatori e il livello Advanced Plus. Come di consueto, hanno basato il numero di turni sulla quantità di partecipanti. Sempre come d'abitudine, hanno concentrato i premi sui migliori classificati, il 40% del totale.

L'evento ha attirato 64 giocatori e si è rivelato un'esperienza positiva, ma anche sfiancante, con le sue sette ore di durata.

Sei mesi dopo, *Draghi di Tarkir* ha raggiunto un successo simile, ma senza aspetti negativi. La proprietaria, Jennifer Haines, ha seguito i consigli di un arbitro L2 locale e ha ridotto i turni a quattro, distribuendo i premi in base al numero di vittorie.

Un cambiamento estremamente semplice, ma che ha fatto la differenza.

“Ha risolto molte carenze”, afferma Jennifer.



Ecco qualche esempio:

1. “Nessuno si è ritirato dal torneo.”



I giocatori avevano un premio garantito purché riuscissero a mettere insieme due incontri vinti, quindi chiunque avesse almeno una vittoria all'inizio del quarto turno aveva interesse a rimanere. E così hanno fatto.

“È stato incredibile. C'è sempre qualcuno che si ritira.”

2. “Abbiamo potuto distribuire i premi nel corso dell’evento.”



Le classifiche erano ininfluenti, quindi Jennifer ha cominciato a distribuire i premi mentre le partite erano ancora in corso, risparmiandosi un sacco di lavoro al termine dell’evento.

“Siamo addirittura riusciti a iniziare il secondo Prerelease di quel giorno *in orario*.”

3. Abbiamo comunicato un messaggio: “Questo è un evento fatto per divertirsi”.

Il sistema di ricompense ha ridotto la pressione e chiarito fin da subito che non c’era motivo di disperarsi per una sconfitta.

“Ampliando la struttura del montepremi e limitando i turni, siamo riusciti a comunicare questo messaggio in modo immediato.”



4. “La stanza era piena di energia positiva.”



Eliminata la pressione, l'atmosfera era rilassata e divertente.

“Perdere due incontri non era più la fine del mondo”, commenta Jennifer. “I giocatori avevano ancora buone probabilità di tornare a casa con un premio.”

5. “Prepara i giocatori.”



I giocatori non dovevano calcolare la posizione in cui si sarebbero piazzati: sapevano in quale situazione si trovavano senza guardare la classifica. “Tutti sapevano immediatamente quante buste avrebbero ricevuto”, commenta Jennifer.

Tre idee per rendere più allettanti i tuoi premi

I giocatori vogliono essere premiati per la loro abilità nel gioco. In genere, si aspettano di ricevere un determinato numero di buste, oppure un credito da spendere presso il negozio, ed è importante non deludere le loro aspettative.

Questo non significa che le ricompense non possano essere divertenti e originali: le sedi WPN in tutto il mondo si conquistano la [preziosa fedeltà dei clienti](#) grazie a premi unici che consentono di stabilire un legame saldo e duraturo con i giocatori.

Ecco tre esempi:

1. Trofei personalizzati



I vincitori del Game Day da [Common Ground Games](#) ricevono la consueta confezione di carte promo e un tappetino di gioco, ma il proprietario Jamison Sacks aggiunge un tocco personale, distribuendo trofei personalizzati con tanto di [statuine Funko POP!](#) e [miniature WizKids](#).

“Abbiamo messo le statuine in bella mostra la settimana prima del torneo e hanno davvero attirato l’attenzione dei giocatori, che ci hanno fatto un sacco di domande”, afferma Jamison.

Come fare:

- Jamison ordina il trofeo presso [Crown Awards](#).
- Rimuove la parte superiore del trofeo generico.
- Applica la miniatura servendosi di colla a presa forte.

2. Spuntini

[Maná Infinito](#) arricchisce il montepremi con una **ciambella di consolazione** per l’ultimo classificato, mentre i fortunati giocatori di [Face to Face Games Toronto](#) possono degustare deliziose bibite a tema di *Magic*!



Ogni bevanda è ispirata a una carta con l’abilità [battibaleno](#).

Figurine del baseball personalizzate

Da [Moonlite Comics](#), i giocatori della lega vincono premi standard come Fat Pack e sconti, ma il proprietario Jay Kirkman ha avuto un'idea vincente: i partecipanti che totalizzano più di 100 punti ricevono figurine del baseball personalizzate!




MARK BYRD
CENTURION

- ■ **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!

 MOONLITE COMICS Frankfort, KY
WWW.TOPPSONLINESTORE.COM

© 2008 THE TOPPS COMPANY, INC. ALL RIGHTS RESERVED.

Come fare:

- Visita topps.mytradingcards.com.
- Scegli un modello.
- Carica una foto e personalizza il retro della figurina.
- Effettua l'ordine (ti verrà chiesto di creare un account).

Sono tutte ottime idee, che rappresentano un metodo economico per investire nei giocatori, conquistandone la fiducia.

Mettile in pratica anche tu o inventati qualcosa di unico!



Creazione di un'atmosfera rilassata: come sfruttare gli spazi



Come battere la concorrenza online

L'era moderna del caffè ha avuto inizio all'incrocio tra la 1st Avenue e Pine Street a Seattle, USA.

Alla fine degli anni Ottanta, mentre la concorrenza progettava i propri spazi per smaltire rapidamente i clienti, [Starbucks](#) seguiva esattamente l'approccio opposto.

Ispirato dalla cultura dei bar di Milano, Howard Schultz promosse Starbucks come un luogo in cui rilassarsi, incontrare gli amici, chiacchierare, organizzare riunioni e fare colloqui di lavoro.

Il locale originale divenne col tempo il primo di 22.000, un successo da cui i negozi di giochi di oggi possono imparare molto.

Perché?

Perché l'approccio di Starbucks genera vendite in modo sistematico, una strategia **impossibile per i negozi digitali**.

L'unicità dei negozi tradizionali (che manca a quelli digitali)

“ *Il “terzo luogo” è quello più importante, perché è quello in cui si vuole stare. —Steve Nemeckay, Amazing Heroes* ”



L'ascesa di Starbucks è l'esempio più celebre dell'applicazione commerciale della **"teoria del terzo luogo"**.



Il concetto di base della teoria è questo: i "terzi luoghi" sono i centri nevralgici di una comunità, i ritrovi sociali al di fuori della casa (primo luogo) e del lavoro (secondo luogo).

È qui che la gente va per rilassarsi: luoghi ricchi di convivialità e risate, dove sottrarsi al giudizio degli altri e all'affettazione. Tutti sono i benvenuti, ma entrarvi è un privilegio per ciascuno. La presenza di ognuno è importante, ma nessuno si sente obbligato a partecipare.

Questo paradigma è offerto solo di rado dai negozi tradizionali, mentre è fuori dalla portata dell'e-commerce. Alcune aziende, invece, da [Panera Bread](#) a [Life Time Fitness](#) passando per [Uniqlo](#), hanno sfruttato questa strategia per raggiungere un successo senza precedenti.

Fortunatamente, i giochi sono alleati naturali di tale concetto.

L'unicità del gioco dal vivo (che manca a quello digitale)

“ *Per me non c'è paragone con la gioia di ritrovarsi insieme, con il divertimento e le battute che si scambiano faccia a faccia. — Ray Oldenburg, pioniere della “teoria del terzo luogo”* ”

I negozi di giochi di maggior successo offrono esperienze dal vivo irripetibili applicando i principi del “terzo luogo” di Oldenburg.

Alcuni degli elementi che fanno di un negozio un “terzo luogo” sono piuttosto ovvi e facili da implementare: orari flessibili, arredamento senza pretese e offerta di cibo e bevande.



Alcune delle caratteristiche fondamentali di un “terzo luogo”, tuttavia, sono intangibili e richiedono una buona dose di abilità nelle relazioni sociali. Ecco alcuni esempi:

I clienti regolari attraggono più del proprietario

Costruisci un team di dipendenti cordiali e una community amichevole applicando un'unica strategia: premia i comportamenti positivi, incoraggia la creatività, dai il buon esempio e investi nei giocatori che ti aiutano ad attrarne di nuovi.

I giocatori provano un senso di coinvolgimento nel tuo spazio

Coinvolgi i tuoi giocatori nell'organizzazione degli eventi e nel successo del negozio. Puoi farlo semplicemente richiedendo spesso suggerimenti o provando approcci più elaborati, come il programma di tutoraggio di [Golem Head Games](#).

Le barriere all'ingresso sono basse

Assicurati che il tuo negozio dia il benvenuto a tutti, non solo tramite la strutturazione degli eventi, ma anche attraverso la gestione della community. Offri formati ed eventi diversi al Friday Night Magic, con un occhio di riguardo per il gioco amatoriale e i principianti. Durante i tuoi eventi, ricompensa la partecipazione e lo spirito sportivo, anziché premiare solo i primi classificati. Favorisci la comunicazione tra i clienti fissi e i principianti: presenta a tutti i nuovi arrivati e aiutali a fare amicizia con i veterani perché chiedano loro aiuto.

Molti negozi stanno riscuotendo successo proprio grazie a questi principi, ad esempio [Face to Face Games](#) e [Game Wizard/Blue Sky Hobbies](#).

Tieni d'occhio la pagina WPN.Wizards.com/Articles per scoprire altri esempi nel WPN!



Scopri come questo negozio italiano batte la concorrenza digitale

Jolly Joker ci riesce concentrandosi sui punti di forza dei negozi fisici impossibili da trovare in un rivenditore online.



L'originale celebrazione del Giorno del ringraziamento di Armada Games

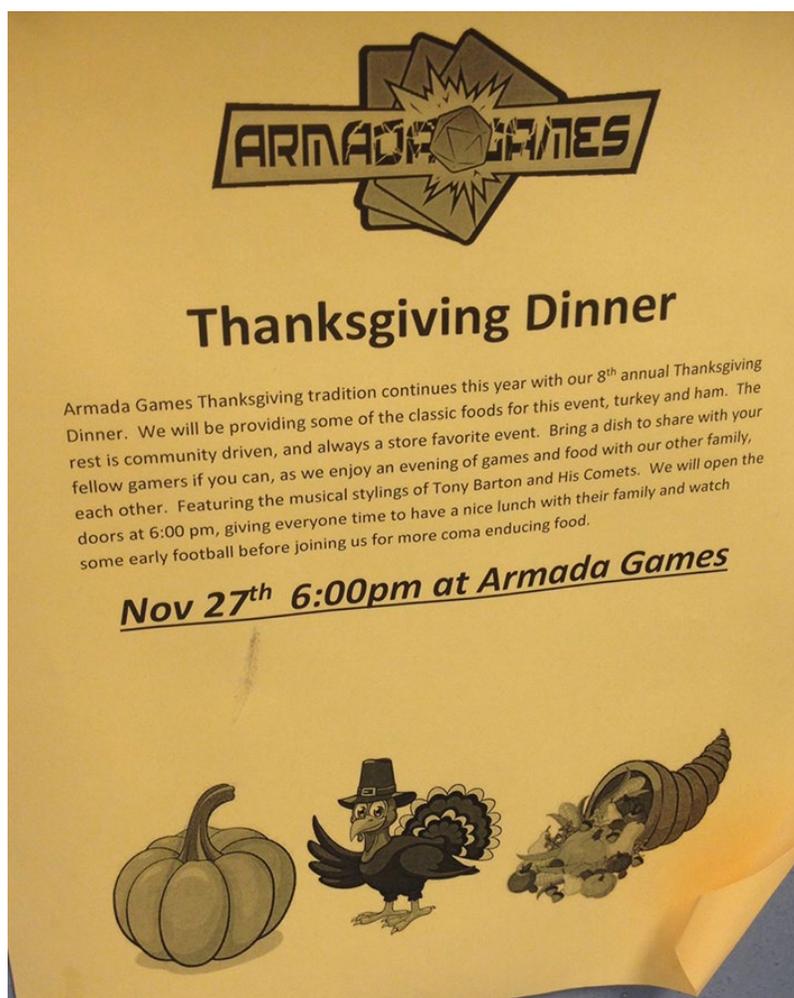
I periodi festivi non sono certo il momento di maggiore affluenza agli eventi.

Gli studenti tornano a casa per le vacanze e devono spendere soldi per il viaggio. Improvvisamente, i tuoi eventi non competono più solo con altri tipi di intrattenimento, ma anche con obblighi familiari, cene di lavoro e sessioni di shopping in cerca di regali.

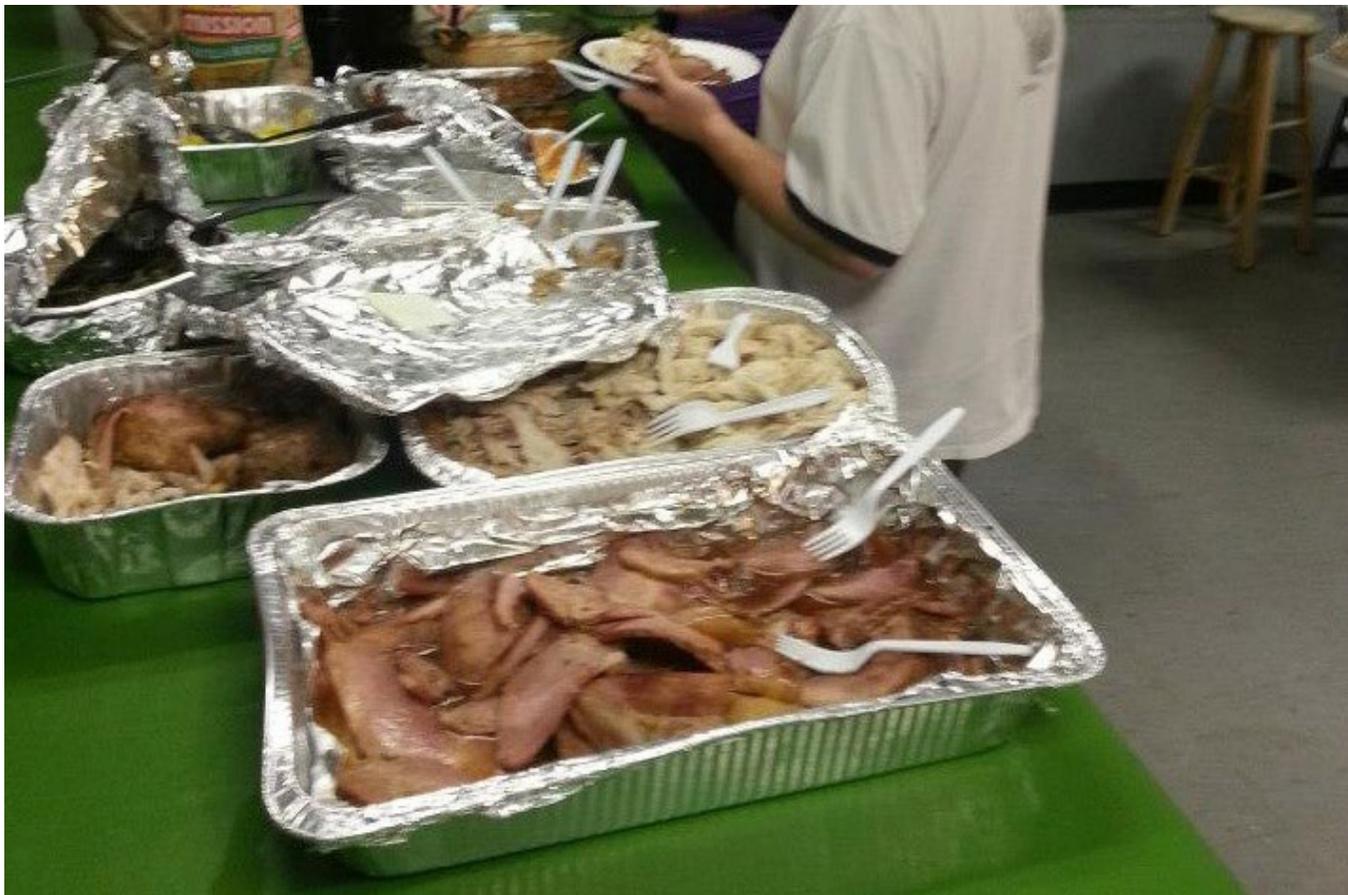
La community di Armada Games ha comunque un buon motivo per celebrare le feste in negozio.

Da ormai nove anni, viene infatti allestito un banchetto in onore del Giorno del ringraziamento, una ricorrenza tipicamente nordamericana che si festeggia con un lauto pranzo a base di tacchino.

Il negozio offre il tacchino, mentre i giocatori portano un piatto da condividere con la community.



È un banchetto in piena regola: i contorni abbondano, con purè in tutte le salse. I giocatori europei in genere portano piatti tipici del loro paese di origine. Un giocatore in particolare è solito preparare un ambitissimo pollo in salsa piccante: “Da leccarsi i baffi”, assicura il proprietario, Michael Fortino.



Perché le celebrazioni delle festività risultano così efficaci nel consolidare la community?

In antropologia, questo fenomeno viene definito “[communitas](#)”, ed è la sensazione di felicità e appartenenza che proviamo quando condividiamo un’esperienza con altre persone. Può trattarsi di una partita di calcio, un concerto o un Grand Prix: la “communitas” rafforza i punti in comune, facendo dimenticare le divergenze.

È davvero interessante: [come dimostrano le ricerche](#), i clienti ricordano le intense emozioni che provano in negozio (sia quelle positive che quelle negative) e dimenticano in fretta tutto il resto. Molte attività commerciali [traggono vantaggio](#) da questo fenomeno, e si concentrano su eventi dalle emozioni forti.

Ecco i suggerimenti di Michael per organizzare il banchetto perfetto:

- Innanzitutto, consulta le autorità: potresti avere bisogno di un permesso per organizzare l'evento.
- Tieni presente che dovrai dedicare una discreta quantità di tempo alle pulizie ("A cosa devono prepararsi i negozi che organizzano un evento simile?" MICHAEL: "Al caos più completo.")
- Pensa alle persone che soffrono di allergie alimentari, ad esempio applicando un'etichetta sui cibi che contengono noci e simili.
- Prepara alternative per vegetariani e vegani: puoi trovare alcune ricette [qui](#).
- Concedi la serata libera ai dipendenti, è sufficiente che restino in negozio i proprietari.

Armada si impegna per trarre vantaggio da ogni festività.

Ad esempio, il quattro luglio (la festività del Giorno dell'indipendenza), il negozio organizza un barbecue con attività a tema ispirate agli Stati Uniti, come dipingere modellini di rosso, bianco e blu, o disputare partite in Commander in cui tutti i giocatori devono portare un mazzo con i colori della bandiera statunitense.

Il Giorno dell'indipendenza e quello del ringraziamento sono ricorrenze tipicamente americane, ma la "communitas" è un concetto universale. Ci sono opportunità da cui trarre vantaggio in ogni nazione, inclusa la tua!



