



Любительская игра — это серьезно!

Руководство продавца по проведению, развитию и
получению выгоды от любительских форматов.

WPN.Wizards.com

Любительская игра — это серьезно! Руководство продавца по проведению, развитию и получению выгоды от любительских форматов.

©2015 WIZARDS OF THE COAST LLC.

Эта книга защищена законами о защите авторских прав Соединенных Штатов Америки. Любое воспроизведение или ненадлежащее использование материалов или иллюстраций, содержащихся в этой книге, запрещено без письменного разрешения от компании WIZARDS OF THE COAST LLC.

WIZARDS OF THE COAST, *Magic: The Gathering*, *Dungeons & Dragons* и их логотипы являются товарными знаками компании WIZARDS OF THE COAST LLC в США и других странах.

Посетите наш веб-сайт WPN.Wizards.com



Что мы имеем в виду, когда говорим о любительской игре?

Мы имеем в виду две вещи: **структуру турнира** (структуру раундов и разделение призов) и **атмосферу турнира** (хорошее настроение и спортивное поведение).

Это руководство призвано помочь вам в обеих областях. Вы узнаете, что такое любительская игра, почему она важна, и как другие магазины с ее помощью добиваются успеха.



Contenido

Проведение любительских турниров: каждый день

Сохраняйте до 75% новых покупателей	6
Как любительские турниры помогли Games Academy	7
3 необычные идеи, помогающие привлечь новых игроков	10

Проведение любительских турниров: Friday Night Magic

Как ваш турнир FNM может стать в 15 раз больше	14
Сделайте FNM лучше	17
Как один магазин увеличил посещаемость своих FNM	21
3 способа повысить посещаемость FNM	23

Создание дружелюбной атмосферы: использование призов

Как сделать призовой фонд идеальным	27
Самый успешный FNM мира: взгляд изнутри	28
«Наш пререлиз поднялся на новый уровень»	32
3 идеи для интересных призов	37

Создание дружелюбной атмосферы: использование места

Как превзойти конкурентов из Интернета	42
Как магазин смог опередить конкурентов из Интернета	46
Как Armada Games благодарит игроков	47



Проведение любительских турниров: каждый день



Сохраняйте до 75% новых покупателей

Узнайте, как!



Как любительские турниры помогли Games Academy

Когда Фабио Цуккарини почти восемь лет назад открыл свой магазин [Games Academy](#), он не хотел рекламировать соревновательные турниры.

Вместо этого он сосредоточился на любительских форматах и предлагал посетителям магазина самые разнообразные мероприятия — от «Командира» и «Бедняка» до сражений на начальных наборах и колодах Duel Decks.



Основная идея Фабио была простой: предлагать доступные для посетителей форматы, одновременно получая прибыль, повышая продажи новой продукции *Magic: The Gathering*.

Лига начальных наборов

Примером характерного для Games Academy подхода является их Лига начальных наборов.

С выходом каждого нового выпуска Фабио проводит лигу, в которой играть можно только начальными наборами этого выпуска, а карты из бустеров могут добавлять только те игроки, которые не выиграли матчей.

Фабио следит за всеми открытыми для лиги бустерами, чтобы мероприятия проходили по правилам, а участники учились играть в любительской обстановке.

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



Любительские турниры – каждый день

Календарь мероприятий магазина на неделю наполнен любительскими турнирами.

В понедельник в магазине проводится Лига в формате «Командир», во вторник — Лига начальных наборов, в среду — турнир в стандартном формате, в четверг — любительский «Командир», в пятницу — FNM в стандартном формате и формате «Командир», а в субботу — драфт.

На каждом турнире применяется равное распределение призов, чтобы поощрять участие новичков. Каждый участник получает хотя бы один бустер.

Форматы для «ветеранов», такие как «Модерн», «Наследие» и «Винтаж», используются только на больших соревновательных турнирах, вроде Гран-при триалов и Preliminary PTQ.

Результат превзошел ожидания

В 2014 году Фабио продал почти двести начальных наборов и восемьдесят колод для «Командира». Его магазин стал одним из первых, получивших уровень Advanced Plus в Италии.

С началом каждой новой лиги в нее записываются в среднем 25-30 участников, а каждый месяц в магазин приходит не менее восьми новых игроков.

Изменения в структуре Friday Night Magic, после которых стало возможно проводить любительские турниры в рамках этой программы, позволили еще больше расширить ассортимент любительской игры.

За последние пять лет продажи продукции *Magic* в Games Academy росли более чем на 10%, и Фабио объясняет это именно тем, что сосредотачивается на любительских мероприятиях.



3 необычные идеи, помогающие привлечь новых игроков

Какие мероприятия вы проводите для привлечения новых игроков? Вечера «Приведи друга»? Обучающие турниры? Все это хорошие и испытанные временем подходы, но многие магазины WPN проявляют фантазию и ищут новых игроков, используя нетрадиционные методы.

И вот три примера:

1. «*Magic* вместе с мамой»

Бывает, что родителям интересно побольше узнать об игре, которой увлекся их ребенок, но сами они стесняются ей заняться. А бывает, что они и сами — ветераны *Magic*, поделившиеся своей любовью к игре с ребенком.

И те, и другие встречаются в магазине [The Gameboard](#) на турнире «*Magic* вместе с мамой». На этом мероприятии в формате «Двухголовый гигант» соревнуются команды из матерей и детей.

При этом есть одно нововведение: **если более опытный из напарников хочет дать менее опытному совет, он должен пожертвовать перманент.**

Владелец магазина Линн Потьен вспоминает один из наиболее напряженных матчей, в котором одной из команд грозил верный проигрыш, но сын нашел способ выжить. Он решил пожертвовать перманент — и пойти на риск — чтобы помочь своей маме не проиграть.

«И в итоге у них все получилось, и они выиграли», — рассказывает Линн.



2. День рождения с *Magic*

В прошлом марте отец одного очень увлеченного *Magic* ребенка спросил Кигана Конрада из магазина Comics to Astonish о том, как провести посвященный *Magic* день рождения.

Это услышал управляющий Рей Ни, у которого сразу появилась идея: «Мы можем устроить в магазине частную вечеринку!».

Магазин [Comics to Astonish](#) предоставил продукцию и организацию, родители купили торт и мороженое, и в результате получился трехчасовой праздник *Magic* в частной VIP-обстановке, оставивший отличные воспоминания, особенно у юных игроков.



Многие из детей тогда в первый раз сыграли в *Magic*, и Киган говорит, что они до сих пор приходят на FNM.

«Когда мы это устроили, я подумал: «Как же мы раньше до этого не догадались?»»

3. *Magiс* на историческом фестивале

Джейсон Уэбстер из магазина Dreamer's Vault уже четыре года сотрудничает с историческим фестивалем [Minnesota Renaissance Festival](#) и проводит на его территории драфт.

Участие в драфте дает право на посещение фестиваля, а стоимость участия примерно равна цене обычного билета. Фестиваль оплачивает продукцию, а Джейсон предоставляет призовой фонд и аксессуары на продажу, например, протекторы и коробки для колод.

Он рассказывает, что после фестиваля в магазине появляются самые разные новые игроки.

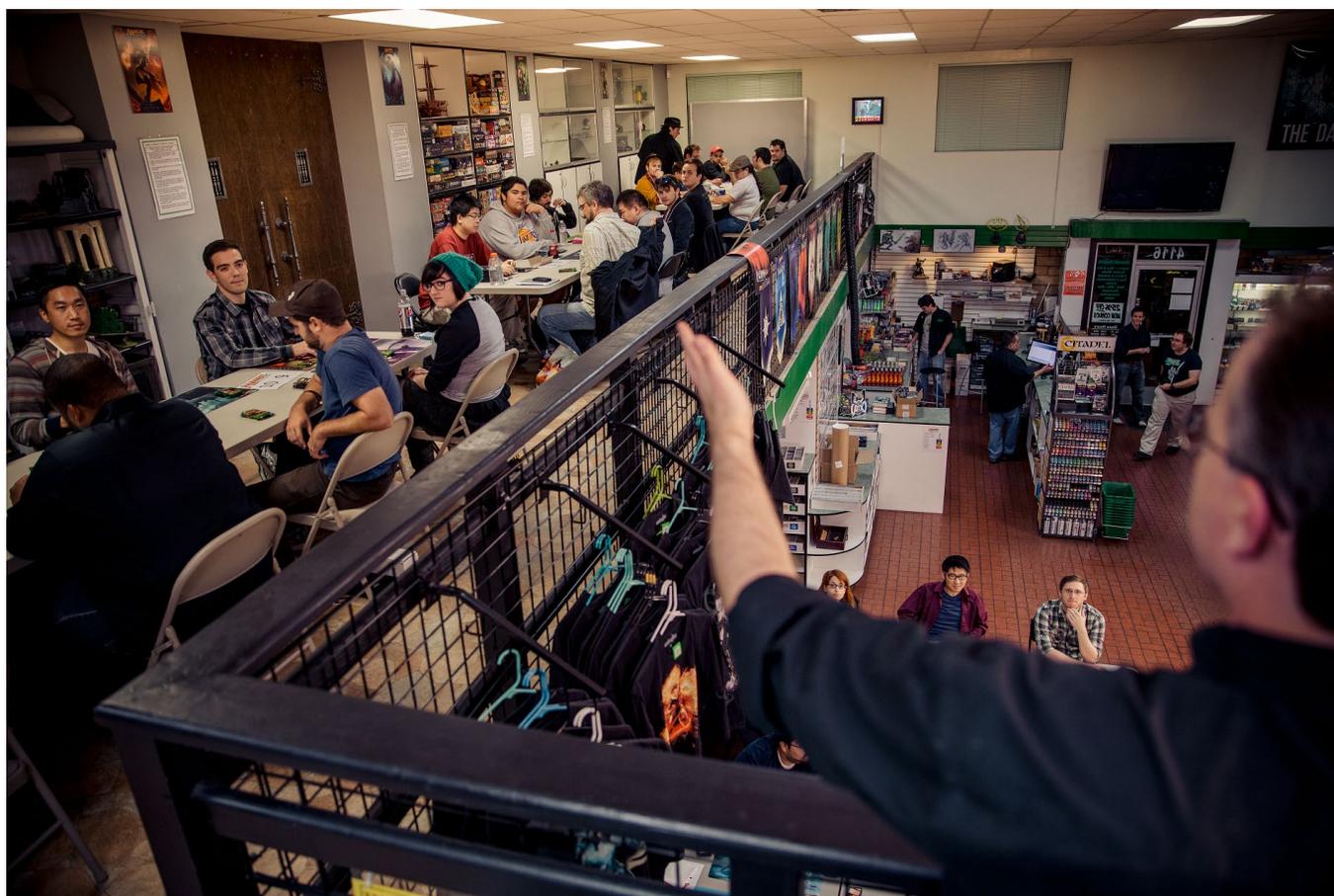
«Из всех турниров, что я проводил, эти, пожалуй, были самыми разнообразными по возрасту участников. Это отличный способ заявить о себе».

Советы Джейсона по работе с историческими фестивалями:

- Свяжитесь с отделом по маркетингу фестиваля.
- Выберите запасное место проведения на случай плохой погоды.
- Соблюдайте атмосферу фестиваля ([никаких компьютеров и принтеров](#)).
- Выдавайте купоны, на которые можно приобрести товары в вашем магазине.
- Используйте уровень применения правил «как на кухне».



Проведение любительских турниров: Friday Night Magic



Как ваш турнир FNM может стать в 15 раз больше

Каждую пятницу огромное множество игроков встречаются друг с другом, чтобы сыграть в *Magic* лицом к лицу. Такие встречи уже много лет являются источником жизни для нашей игры.

Одновременно с ними в магазинах проходят турниры Friday Night Magic.



94% игроков в Magic играет дома.

Из всех любителей нашей игры лишь 6% приходят в магазины, чтобы сразиться с другими игроками.

Именно поэтому мы поменяли структуру FNM. Теперь у вас есть больше возможностей привлечь игроков, которые хотят сыграть лицом к лицу, но не готовы к напряженной остановке.





75% новичков продолжают играть в Magic, если познакомились с игрой на любительском уровне.

Помогите новичкам втянуться, устраивая открытые дуэли, обучающие мероприятия или турниры в форматах для нескольких игроков. Теперь все это вы можете сделать в рамках FNM.

Но это не означает, что вы должны забыть об увлеченных игроках.



FNM можно проводить в любом формате.



Берите пример с магазина Pandemonium Books and Games, в котором на FNM проводятся турниры для всех — от формата «Модерн» до «Бедняка» и любительских открытых дуэлей.

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

Pandemonium Books and Games

Разнообразные турниры FNM, такие как в магазине Pandemonium Books and Games, радуют увлеченных игроков и помогают начать новичкам.

Добавьте любительские форматы к своим мероприятиям [FNM в июне](#), прежде чем в этот четверг закончится период планирования!



Сделайте FNM лучше

9 января 2015 года в магазине [Pandemonium](#) на турниры FNM собрался 71 игрок. 25 игроков играли в Стандартном формате, еще 29 — в формате Модерн.

Остальные 17 прокладывали путь к лучшим турнирам FNM.

Точно по расписанию



После того как в начале 2015 года FNM претерпел изменения — **любые форматы, больше промо-карт и никаких ограничений по числу игроков** — Брендон Птипрен решил разнообразить свои предложения, добавив программы для предпочитающих любительские форматы.

Как, например, эти 17 человек — 24% из всех участников достаточно масштабного вечера *Magic*.

Типичный вечер в магазине Брендона выглядит так:

18:00: Стандартный формат

Новые возможности для игроков-любителей не означают, что для всех остальных возможности сокращаются. Турнир в Стандартном формате, как и раньше, начинается в 6 часов.

Брендон говорит, что с началом игр в любительских форматах число участников его обычных турниров даже выросло — новички могут ближе познакомиться с этим миром, и он нередко их затягивает.

19:00: Бедняк

В формате «Бедняк» игроки собирают колоды только из обычных карт. Магазин Pandemonium предлагает эти бесплатные турниры как легкий путь для желающих начать играть в *Magic* с собранной колодой.

Как работает лига «Бедняк» в Pandemonium:

Игроки собирают по три колоды, в которых не должно быть общих цветов. В течение шести недель игроки меняют эти колоды и играют по три матча в неделю в любой из трех предназначенных специально для игроков лиги вечеров.

В определенные дни колоды складываются в коробки, перемешиваются и выдаются случайным образом. Участники играют полученными колодами.



20:00: Модерн

В Pandemonium собирается замечательная компания, нацеленная на игру на высоком уровне. Участников не стало меньше и после нововведений.

«Мы все еще набираем от 30 до 40 и больше участников на турнирах в Стандартном формате и формате “Модерн”».

Весь вечер: Лига «Командир»



Три промо-карты FNM выделены для игроков в лигу «Командир».

Как работает лига «Командир» в Pandemonium:

Игроки не зарабатывают очки в течение сезона, а начинают лигу с 40 очками и *теряют* их за агрессивную игру — например, за больше чем два хода подряд или за нанесение слишком большого количества повреждений в одной фазе боя.

По требованию: «Куб»

«Куб» — это формат драфта, для которого карты вручную подбираются из всех выпусков *Magic*.

В Pandemonium есть три набора для «Куба», и их может получить любой игрок, который нашел еще трех желающих сыграть.

Брендон говорит, что новичкам нравится играть классическими мощными картами, и иногда это становится для них отправной точкой в исследовании новых форматов.

Но в любом случае привлечение новых типов игроков — это само по себе плюс.

«Наших игроков стало больше, и они стали разнообразнее», — комментирует Брендон.



Как один магазин увеличил посещаемость своих FNM

Если вы поставите себе цель создать на своих турнирах Friday Night Magic расслабленную и веселую атмосферу, это поможет привлечь новых игроков, которые надолго останутся с вами.

Именно так поступил Ли Вигенд из магазина [Know Dice Games!](#)

Он нашел партнера среди сообщества



Когда в магазин Know Dice Games обратился представитель организации [Boys and Girls Club of America](#), Ли со своими сотрудниками отправились в клуб, взяв с собой запас учебных колод *Magic: The Gathering*, чтобы раздавать их и обучать игре.

Участвовать в жизни сообщества, вдохновлять и обучать детей и нести им радость уже само по себе было наградой. Но Ли быстро понял, что это еще и отличная возможность для его бизнеса.

Он устроил обучающий турнир на FNM

После посещения клуба Boys and Girls Club, Ли решил проводить по пятницам второе мероприятие, направленное на обучение новых игроков.

На этом проводящемся в рамках FNM бесплатном мероприятии используются только учебные колоды, нет жесткой турнирной структуры, и его реклама направлена на совсем новых и начинающих игроков.

Участники мероприятия получают скидку на участие во втором турнире FNM, начинающемся через пару часов. Скидку может получить и опытный игрок!

Один из завсегдатаев магазина постоянно приходит на это мероприятие и учит играть новичков.

Он говорит, что любительские турниры себя оправдывают

На первый учебный FNM пришло около двадцати игроков — намного больше, чем ожидал Ли.

Турнир не только привлек новых игроков, включая детей из клуба Boys and Girls Club, но и создал в клубе расслабленную и дружелюбную атмосферу.

Ли рассказал, что до того как он стал устраивать любительские мероприятия на FNM, у него были люди, уходящие из магазина, когда они узнавали что этим вечером на турнир записался самый опытный из игроков.

Теперь же его приоритет — веселье на любительском турнире, где у каждого есть шанс получить промо-карту.

Вы можете сделать то же, что сделал Ли! Обратитесь в местную общественную организацию, такую как [Boys and Girls Club of America](#) или [YMCA](#) в США, и узнайте, как вы можете принять участие в жизни сообщества. А потом устройте любительский турнир Friday Night Magic и пригласите членов сообщества сыграть у себя в магазине!



3 способа повысить посещаемость FNM

Вы помните, какими турниры Friday Night Magic были раньше? Всего несколько доступных форматов. Никакой любительской игры. Меньше промо-карт и более строгие условия их распространения.

Вспомните то время. Что тогда приходило вам в голову? Какие интересные идеи вы хотели попробовать?

Скорее всего, сейчас вы можете все это устроить. Турниры FNM открыты для всех форматов и игроков любого возраста и степени увлеченности.

Эти три фактора помогут вам извлечь из FNM максимум пользы.

1. Все форматы

Играйте в любых форматах, которые нравятся вашим игрокам. Даже в тех форматах, которых еще не существует!

Предложите игрокам придумать собственные правила игры. Некоторые игровые сообщества уже давно изобретают свои форматы, а теперь могут устраивать по ним турниры FNM.

Вот несколько примеров, которые мы нашли на [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.

«Полевой маршал. Колода из 60 карт, все карты могут быть только в одном экземпляре, но можно положить 4 экземпляра одного существа».





[-] **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](#)

«Хеллоуинский формат. Это «Модерн», но можно использовать только подходящих по тематике существ — гоблинов, духов, вампиров, зомби и т.д.»



[-] **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](#)

«Magic на диване. Участники играют в Magic, сидя друг напротив друга на диване. Любая карта, которая падает с дивана, сразу же изгоняется.»

2. Все уровни увлеченности

В магазине [Pandemonium Books and Games](#) проводятся турниры для всех игроков — новичков и опытных, любителей и увлеченных игрой. «Модерн», «Бедняк», лига в формате «Командир» — здесь найдется что-то для каждого.



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

«Даже если вы не играете, заходите к нам и поговорите с друзьями по Magic. Увидимся вечером!»



3. Любой возраст

Многие магазины WPN развивают игровое сообщество, ориентируясь на семьи.

В магазине [Gamerz Pair-a-Dice](#) есть детский уголок, предлагающий интересные занятия для самых юных игроков. А в магазине [Golem Head Games](#) даже есть пункт подзарядки, где дети могут зарядить свои планшеты.

Теперь ориентацию на семьи можно перенести на турниры FNM. «Двухголовый гигант» для отца и дочери. Семейная командная лига. В ваших руках неограниченные возможности.

Так начинайте ими пользоваться!



Создание дружелюбной атмосферы: использование призов



Как сделать призовой фонд идеальным

Повышайте показатель возвращения новичков при помощи этой техники!



Самый успешный FNM мира: взгляд изнутри

Пять раундов по швейцарской системе, бустер за каждый выигранный матч.

Условия Friday Night Magic в магазине Madness Games не выделяются ничем особенным.

Вот только **каждую неделю на турниры приходит по 250 человек.**



Магазин не поражает воображение призовым фондом и не стремится подавить конкурентов ценами. Чему же он обязан своим успехом?

«Я не могу объяснить, почему у нас столько игроков», — заявил владелец магазина Крис Меттлер.

Сразу же после этого он честно и ясно объяснил, почему у него столько игроков.

Расслабленная атмосфера

« Мы создали в магазине атмосферу, напоминающую игрокам о Magic на кухне. »

Самый большой FNM в мире не всегда был таким. В 2010 году после долгого перерыва в Madness провели пререлиз выпуска «Возрождение Эльдрази», собравший 30 участников.

В те времена в Северном Техасе преобладала соревновательная игра в *Magic*, и награды в турнирах получали занявшие высокие места. Но, несмотря на сопротивление определенной части игроков, Крис решил обратиться к предпочитающим более спокойную обстановку игрокам —, в том числе сделав плоское распределение призов.

Это был умный ход. Лишь 6% всех игроков в *Magic* играет в официальных турнирах. Крис нашел, что предложить остальным 94%.





94% игроков в *Magic* играют дома.

За следующие пять лет масштабы турниров постоянно росли.

«Цифры все повышались и повышались. 60, потом 80, потом 90, — рассказывает Крис. — Сейчас к нам приходит от 220 до 260 участников».

Постоянные положительные впечатления

«*Принцип наших турниров FNM — последовательность. Люди знают, чего ожидать.*

Расслабленная обстановка помогла магазину Madness добиться непревзойденных успехов. Но как они удерживают качество на должном уровне?

«Я и сам этого не понимаю», — смеется Крис.

Но то, что ускользает от Криса, уже давно не секрет для организации [Corporate Executive Board](#). 94% покупателей возвращается в магазины, оставившие ощущение легкости, надежности и [«отсутствия трудностей»](#).

«У нас все просто и ясно», — говорит Крис.

Как «турниры без трудностей» проводятся в FNM:

Начало вовремя. «Это самое простое и самое главное».

Стандартные объявления перед началом турнира. «Мы каждый раз проводим брифинг для игроков».

Минимальные задержки между раундами. «Когда раунд заканчивается, 99% результатов должно быть уже обработано».

Следите за выполнением правил поведения. «У меня играют и приехавшие на Lamborghini топ-менеджеры компаний, и ребята, три километра крутившие педали своих велосипедов, чтобы добраться сюда. И они хотят одного и того же. Чтобы к ним относились с уважением».

Найдется ли в вашей области достаточно любителей игры, чтобы собрать игровое сообщество такого размера? Скорее всего, нет.

Хватит ли в вашем магазине места для 250 игроков? Скорее всего, нет.

Но, несмотря на уникальность масштабов, Madness Games пользуется универсальными принципами. Расслабленная атмосфера и последовательность — это мощные инструменты.

Применяйте их в своем магазине!



«Наш пререлиз поднялся на новый уровень»

Магазин [The Dragon](#) поставил для пререлиза «Ханов Таркира» простую и достижимую цель: собрать 50 игроков и получить уровень Advanced Plus. Как обычно, они установили количество раундов на основании числа участников. И, как обычно, призы распределялись среди 40% лучших игроков.

Магазин достиг поставленной цели: на турнир собралось 64 участника. Но он продлился 7 часов, и это было очень утомительно.

Шесть месяцев спустя пререлиз «Драконов Таркира» оказался столь же успешным, но был лишен недостатков. Владелец магазина Дженнифер Хайнис последовала совету местного судьи 2 уровня и сократила турнир до 4 раундов, выдавая призы за выигранные матчи.

Это было очень простое изменение. Но эффект от него был поразительным.

«Мы исправили сразу все недочеты», — рассказывает Дженнифер.



В том числе:

1. «Никто не прервал участие в турнире».



Все игроки, выигравшие два матча, гарантированно получали призы, так что у каждого выигравшего хотя бы матч игрока был стимул продолжать играть. И они продолжали играть.

«Это просто невероятно. Кто-нибудь *всегда* выбывает из турнира».

2. «Мы могли раздавать призы по ходу турнира».



Финальное распределение мест не имело значения, и Дженнифер начала раздавать призы, пока люди еще играли. Следовательно, в конце турнира у нее было меньше работы.

«У нас даже получилось *вовремя* начать второй пререлиз».

3. Игроки получили сигнал: «На этом турнире вы сможете повеселиться».

Нетребовательная система распределения призов означала, что нет смысла расстраиваться из-за поражений.

«Ровное распределение и ограничение количества раундов послужили отличным сигналом».



4. «Обстановка была значительно позитивнее».



Отсутствие напряжения помогло создать расслабленную и веселую атмосферу.

«Проигрыш двух матчей не становился для игрока крушением всех надежд, — объясняет Дженнифер. — У него оставались отличные шансы получить приз».

5. «Игроки знали, чего ожидать».



Участникам не приходилось следить за турнирным положением: они знали, как у них идут дела, не глядя на турнирную таблицу. «Каждый игрок точно знал, сколько бустеров он может получить», — рассказывает Дженнифер.

3 идеи для интересных призов

За хорошую игру игроки ожидают получить награду. Определенное количество бустеров, кредит на покупки в магазине — они ждут этого, и вы должны оправдать их ожидания.

Но это не значит, что вы не можете повеселиться! Магазины WPN по всему миру зарабатывают [бесценную лояльность](#) посетителей при помощи уникальных наград, помогающих установить продолжительные и серьезные отношения с игроками.

Вот три примера таких наград:

1. Особенный трофей



Победители Game Day в магазине [Common Ground Games](#) получили обычный набор промо-карт и игровой коврик, но владелец Джеймисон Сакс добавил кое-что от себя: особенные трофеи, увенчанные [фигурками Funko POP!](#) и [миниатюрами WizKids](#).

«Мы выставили трофеи за неделю до турнира, и они привлекали большое внимание, а нас завалили вопросами», — рассказывает Джеймисон.

Как это можете сделать вы:

- Джеймисон заказывает трофеи в магазине [Crown Awards](#).
- Убирает стандартное украшение с вершины.
- И приклеивает фигурку супер-клеем.

2. Угощения

В [Mana Infinito](#) к призовому фонду добавляют **утешительный пончик** для занявшего последнее место, а удачливые игроки в [Face to Face Games Toronto](#) наслаждаются напитками на тему *Magic!*



Каждый из напитков создан под впечатлением карты со способностью [«Мгновение ока»](#).

3. Персонализированная карточка бейсболиста

В магазине [Moonlite Comics](#) игроки Лиги получают традиционные награды, такие как наборы Fat Pack и скидки на товары. Однако владелец Джей Киркмен на этом не останавливается: набравшие больше 100 очков игроки получают собственные бейбольные карточки!

TOPPS®



MARK BYRD
CENTURION

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

4

SEASON HIGHLIGHTS:

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

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

TOPPS® MOONLITE COMICS Frankfort, KY
 WWW.TOPPSONLINESTORE.COM

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

Как это можете сделать вы:

- Зайдите на сайт topps.mytradingcards.com.
- Выберите дизайн.
- Загрузите фото и выберите рубашку карточки.
- Отправьте заказ (вам будет предложено создать учетную запись).

Каждая из этих идей — уникальный и недорогой способ вложиться в своих игроков и показать, что вы их цените.

Попробуйте воспользоваться нашими советами или придумайте собственные идеи!



Создание дружелюбной атмосферы: использование места



Как превзойти конкурентов из Интернета

Современная эпоха кофе началась в американском Сиэтле, на углу 1-й авеню и Пайн-Стрит.

В конце 80-х годов прошлого века, когда конкуренты стремились обеспечить в своих заведениях максимальный поток посетителей, кофейня [Starbucks](#) применила абсолютно противоположный подход.

Черпавший вдохновение в миланской кофейной культуре Говард Шульц позиционировал Starbucks как то место, где можно замедлиться, встретиться с друзьями, устроить встречу или собеседование.

Кофейня стала первой из 22 000 заведений в сети, и современные игровые магазины могут многому научиться из истории ее успеха.

Почему?

Потому что подход Starbucks органично повышает продажи, и кофейням **нет цифрового эквивалента**.

На что способен реальный магазин (а сетевой – не способен)?

«Третье место — это важное место, потому что именно туда мы хотим попасть», — Стив Немецки, магазин «Amazing Heroes»



Успех Starbucks стал одним из самых ярких примеров применения «теории третьего места» в бизнесе.



Эта теория говорит о следующем: «третьи места» — это нервные центры сообщества. Заведения, где люди общаются помимо дома (первое место) и работы (второе).

Сюда приходят развлекаться: здесь царит жизнерадостность и смех и нет претенциозности и предрассудков. Оно открыто для всех, и при этом все его посетители чувствуют себя желанными гостями. Здесь важен каждый, но никто не чувствует себя обязанным приходить.

Такую атмосферу не могут предложить интернет-магазины, но и традиционные магазины предлагают ее не так часто. Именно эта атмосфера стала залогом беспрецедентного успеха таких компаний, как [Panera Bread](#), [Life Time Fitness](#) или [Uniqlo](#).

Для игровых магазинов эта теория становится естественным союзником.

На что способны реальные игры (и не способны игры в сети)?

«Я считаю, что ничто не может сравниться с удовольствием от встречи друг с другом, от шуток и бесед лицом к лицу», — Рей Ольденбург, пионер теории «третьего места».

Успешные игровые магазины предлагают посетителям бесценные впечатления от общения лицом к лицу, применяя сформулированные Ольденбургом принципы «третьего места».

Некоторые признаки магазина, способного стать «третьим местом», очевидны, и их легко воплотить: удобные для посетителей часы работы, простая и незатейливая обстановка, доступная еда и напитки.

Однако некоторые из ключевых моментов, позволяющих стать «третьим местом», — это нечто нематериальное, и для них требуются хорошие навыки межличностного общения. Например:

Постоянные посетители привлекают больше новичков, чем владельцы

Собирайте дружелюбный рабочий коллектив и дружелюбное игровое сообщество, используя одни и те же принципы: поощряя хорошее поведение, поддерживая творческие идеи, подавая пример и вкладываясь в тех игроков, которые приводят к вам новичков.

Игроки чувствуют отдачу от своих действий

Вовлекайте своих игроков в проведение мероприятий и в успех своего магазина. Есть много способов осуществить это: от самых простых, таких как регулярный сбор их отзывов и предложений, до сложных, таких как программа наставников в [Golem Head Games](#).

Низкая сложность входа

Убедитесь, что ваш магазин дружелюбен к новичкам не только в проведении турниров, но и в том, как вы работаете с сообществом. В рамках Friday Night Magic предлагайте игрокам различные турниры и форматы, в том числе любительские и турниры для новичков. Награждайте призами не только за победы, но и за участие и спортивное поведение. Станьте посредником между новыми игроками и постоянными посетителями: знакомьте новичков с ветеранами и покажите им тех, к кому можно обратиться за помощью.

Используя эти принципы, многие магазины смогли добиться успеха. [Face to Face Games](#). [Game Wizard/Blue Sky Hobbies](#).

Заходите на сайт WPN.Wizards.com/Articles, чтобы прочитать другие истории успеха магазинов сети WPN!



Как магазин смог опередить конкурентов из Интернета

Магазин Jolly Joker добился успеха, сосредоточившись на том, что доступно реальным магазинам, и недоступно сетевым.



Как Armada Games благодарит игроков

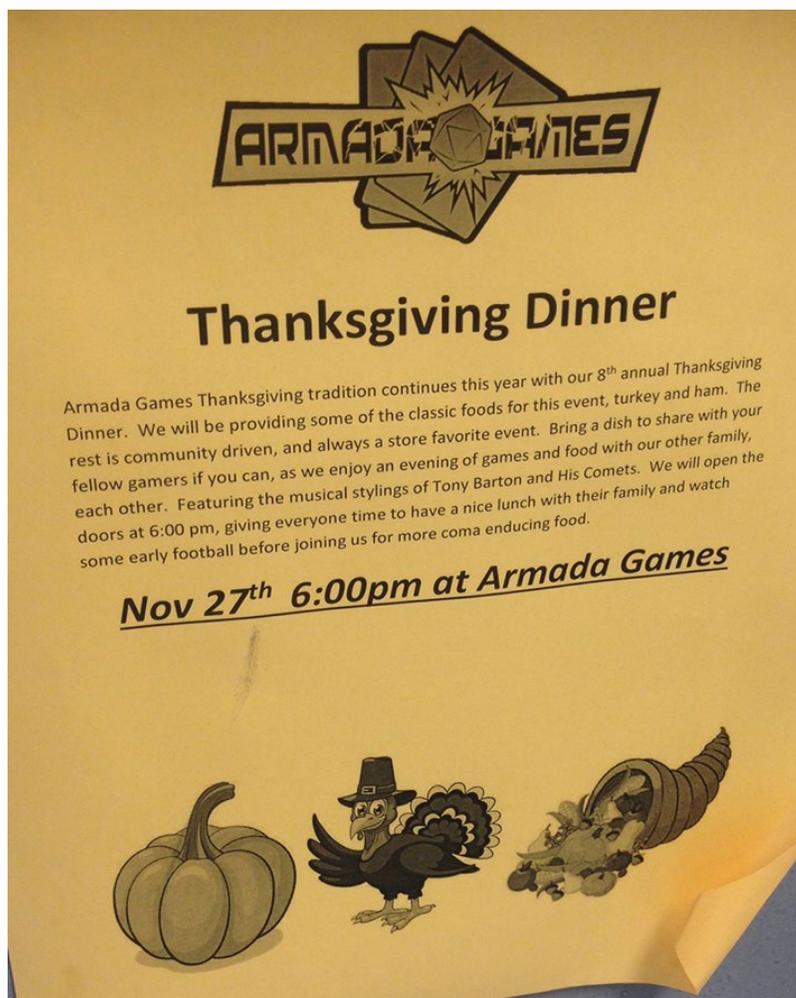
Праздники — не лучшее время для посещения турниров.

Студенты отправляются домой на каникулы. Отложенные деньги тратятся на путешествия. Ваши турниры начинают конкурировать не только с другими местными развлечениями, но и с семейными торжествами, праздниками на работе и покупкой подарков.

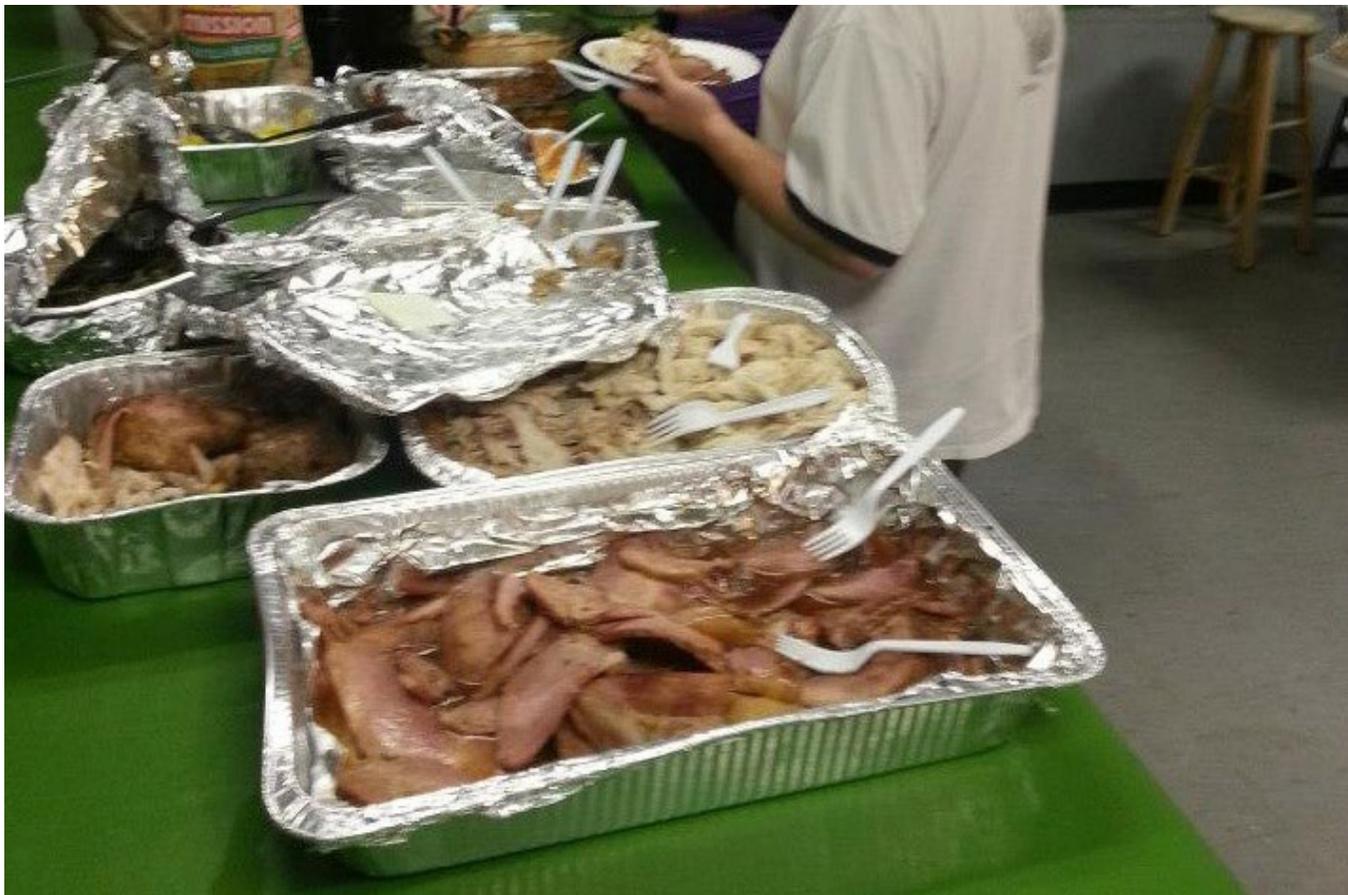
И тем не менее, магазину Armada Games удастся привлечь игроков и на праздники.

Уже девять лет подряд они устраивают пир в честь Дня благодарения (североамериканского праздника, на котором традиционно подается огромное блюдо из индейки с гарниром).

Магазин покупает индейку, а каждый, кто хочет принять участие в празднике, должен принести угощение для всех.



Получается просто роскошно! Щедрый набор гарниров, где картофельное пюре представлено в полдюжине вариантов. Европейские игроки приносят традиционные блюда своих родных стран. Один игрок постоянно приходит со своим знаменитым соусом «Баффало». «Это просто невероятно вкусно», — говорит владелец Майкл Фортино.



Почему же отмечать вместе праздники так важно для развития сообщества?

Из-за эффекта, который антропологи называют [«коммунитас»](#) — чувство радости и причастности от совместных занятий. Футбольный матч, концерт, Гран-при — «коммунитас» усиливает то, что нас объединяет, и стирает барьеры.

Это мощное средство. [Исследования утверждают](#), что покупатели запоминают самые сильные из пережитых у вас в магазине эмоций (и приятных, и неприятных) и быстро забывают все остальное. Многие заведения [получают преимущество](#), фокусируясь на самых интенсивных переживаниях.

Советы Майкла для безупречного угощения

- Посоветуйтесь с соответствующими службами. (Вам может потребоваться разрешение на проведение мероприятия.)
- Выделите достаточно времени на уборку. («К чему нужно готовиться магазину?» МАЙКЛ: «К полному беспорядку!»)
- Учитывайте возможную пищевую аллергию у гостей. (Помечайте блюда, в которых есть орехи.)
- Приготовьте блюда для вегетарианцев и веганов. (Идеи рецептов можно найти [здесь](#).)
- Дайте сотрудникам выходной. (До закрытия в магазине должны оставаться только владельцы.)

Armada старается использовать все возможности, которые дают праздники.

В День независимости Америки (четвертое июля), они устроили тематический пикник, посвященный США. На нем игроки раскрашивали миниатюры белой, красной и синей краской и играли в «Командир» колодами в цветах американского флага.

День независимости и День благодарения — американские праздники, но «комунитас» работает во всем мире. Любой магазин может этим воспользоваться — в том числе и ваш.



