

8 consejos para fidelizar clientes usando la gamificación en campañas de marketing

Emeraude Escape, startup especializada en gamificación para empresas, recoge algunas recomendaciones para que esta técnica funcione en las campañas de marketing

Cada vez son más las campañas de marketing que usan la gamificación para potenciar las marcas entre los consumidores ya que con ella se puede ofrecer información útil y contenido relevante a los usuarios y potenciales clientes de una forma lúdica.

Así, los departamentos de marketing que usan la gamificación consiguen mejorar el engagement de los consumidores y potenciar la interacción con la marca. Además, “al ser los consumidores quienes tienen un rol activo, buscando el juego y participando en él, se consigue mejorar el valor de la marca”, explican desde Emeraude Escape, startup especializada en gamificación para empresas.

Pero ¿cómo aplicar la gamificación en una estrategia de marketing? Emeraude Escape recoge, a continuación, 8 consejos para fidelizar a los consumidores a través de una campaña de marketing basada en la gamificación:

Marca unos objetivos claros. Los jugadores deben saber exactamente cuáles son los objetivos y las metas que tienen que lograr en el juego por lo que es imprescindible que se explique correctamente el funcionamiento del mismo. Además, es recomendable que el juego sea simple y que los niveles que deben superar sean cortos.

Ofrece recompensas. Con ellas se incrementa el engagement de los jugadores, incrementando la fidelidad y los sentimientos positivos hacia la marca. Las recompensas pueden ser tanto premios, cupones, descuentos, muestras de productos... como insignias que reconocen los logros dentro del propio juego.

Fomenta la competitividad. Competir con otros usuarios hace que los consumidores sientan que su actividad importa. De esta manera, se les motiva a continuar jugando y a mejorar sus resultados.

Promueve la colaboración. También se puede promover la colaboración entre los jugadores para que creen equipos que compitan entre sí, desarrollen estrategias y trabajen conjuntamente.

Identifica los target a los que quieres llegar con la gamificación. El juego permite obtener una gran cantidad de datos que servirán para tomar decisiones futuras en el negocio. Por ello es importante definir qué público objetivo a alcanzar y del que se debe obtener el máximo de información.

Crea una comunidad. Los jugadores comparten el interés por el juego, por lo que es importante crear una comunidad en la que éstos puedan interactuar. De esta manera obtienen reconocimiento social, pueden discutir estrategias, compartir opiniones, aprender de manera conjunta y motivarse para alcanzar sus objetivos.

Establece fechas. Para que la campaña de marketing tenga éxito es necesario que se limite el tiempo que estará activo el juego, los logros que tienen que ir consiguiendo los jugadores cada día o semana y cuándo finalizará.

Obtén feedback. Los jugadores conocen en cada momento del juego cuál es su progreso por lo que

es recomendable felicitarles si han logrado subir de nivel, si han obtenido una insignia o si han finalizado el juego. De esta manera, valoramos a su participación y permitirá buscar otras fórmulas para que continúen interactuando con la marca.

Por último, desde Emeraude Escape, recuerdan que la gamificación mejora la experiencia de los usuarios e incrementa la fidelización de los consumidores con la marca ya que genera emociones positivas. Por ello, son cada vez más las compañías que apuestan por hacer lanzamientos de productos usando la gamificación o desarrollan juegos que permitan mantener activo el vínculo con sus consumidores.

Datos de contacto:

Yolanda Acosta
910916992

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Comunicación](#) [Marketing](#) [Juegos](#) [Entretenimiento](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>