

La gamificación puede ser muy positiva para tu Marketing

La gamificación (“gamification” en el ámbito anglosajón) es el empleo de dinámicas de juego en entornos no lúdicos con la intención de conseguir unos objetivos determinados de una manera más fácil y divertida que con las dinámicas normales.

La gamificación (“gamification” en el ámbito anglosajón) es el empleo de dinámicas de juego en entornos no lúdicos con la intención de conseguir unos objetivos determinados de una manera más fácil y divertida que con las dinámicas normales. De esta forma, se trata de una nueva y poderosa estrategia de Marketing (que surgió alrededor del año 2010) para influir y motivar a grupos de personas, permitiendo poder alcanzar dichos objetivos.

Esto es algo que siempre hemos hecho, pero que no tenía un nombre conceptualizado. Desde pequeños, a todos nos gusta jugar. Hemos crecido y aprendido jugando. Es una manera que tenemos “los animales” (los seres humanos somos “animales racionales”) de conectar con el mundo que nos rodea. Del mismo modo, jugar y superar obstáculos nos hace “más inteligentes”, ya que hay mucha plasticidad en nuestro cerebro y aprendemos más. El ajedrez es un ejemplo clásico de juego que estimula la mente. Otro ejemplo más reciente sería el del “Profesor Layton” de Nintendo. Pero todo esto ocurre igualmente en el mundo real y virtual. Nuestro cerebro no distingue ambos ámbitos. El crecimiento exponencial del uso de videojuegos en los últimos años ha despertado el interés de expertos en comunicación, psicología, educación, salud, etc, por descifrar las claves que hacen del videojuego un medio tan eficaz. Y según los estudios de investigación realizados, se ha descubierto que hay 4 grupos de motivaciones para que un juego sea atractivo: la consecución de logros, el espíritu creador, la competición y el sentimiento de comunidad.

Como puedes ver, la gamificación puede ser muy positiva para tu Marketing. Una correcta implementación de estrategias de gamificación permite pasar de la mera conectividad al engagement, logrando que miembros de una comunidad, trabajadores, estudiantes, ciudadanos, etc, participen de manera dinámica y proactiva en acciones que generalmente requieren un esfuerzo de la voluntad. Todo esto ocurre por el hecho de que todos nos sentimos jugadores en algún ámbito. Sea a nivel profesional, personal o deportivo. Seas adulto o joven. Por ello, puedes buscar nuevas oportunidades empresariales en un nicho de mercado que todavía no está totalmente explotado y que va a seguir creciendo en importancia.

[Pinche aquí para ver el vídeo](#)

Pinche aquí para ver el vídeo

photo credit: Stéfan via photopin cc

Artículo publicado en El Blog de Manuel Guillermo Silva

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>