

# УРОКИ ДЕТСКОГО БЮДЖЕТИРОВАНИЯ

Геймификация (gamification), по мнению аналитиков Gartner, один из самых перспективных методов создания отношений бизнеса с клиентами. Игровые механики помогают конвертировать любопытствующих пользователей в покупателей, удерживать и наращивать лояльность клиентов. Компании QIWI и SimbirSoft применили этот подход для работы с юной аудиторией, создав игру «Финансовый абсолют». Тинейджеры теперь могут играть «в семью» и планировать «семейный бюджет», обучаясь финансовой грамотности.



Еще пять-семь лет назад аналитики ведущих исследовательских агентств предрекали большой успех методам геймификации. Новая волна интереса со стороны бизнеса возникла благодаря ажиотажу вокруг игры Pokémon Go, которая буквально за считанные дни охватила полмира и заставила миллионы пользователей искать виртуальных покемонов.

Многие компании используют приемы геймификации для развития персонала, вовлечения сотрудников в обучение. Это делает Cisco, Deloitte и другие. Google применяет эти методы для того, чтобы стимулировать сотрудников вовремя отчитываться о затратах на командировки. Microsoft создала простое приложение, в котором сотрудники могут видеть варианты перевода текстов и улучшать их, благодаря чему компания повышает качество локализации своих продуктов.

Не менее успешно правильно выстроенная геймификация работает с клиентами — помогает привлекать новых, углублять отношения с прежними. Подход активно использует сеть кофеен Starbucks. Программа MyReward, построенная на геймификации, только за 2012 год привлекла 4,5 млн человек. Через мобильное приложение, которое превращает потребление кофе в увлекательную игру, сегодня в США совершается шесть миллионов покупок каждый месяц, что составляет пятую часть от общей выручки компании в этой стране.

ТЕКСТ **Светлана Рагинова**  
ФОТО **Анатолий Жданов,**  
**Александр Миридонов**



АЛЕКСАНДР МИРИДОНОВ

АНАТОЛИЙ ЖДАНОВ

Торговая сеть Target создала мобильное приложение для детей, в котором в игровой форме можно составить набор желанных подарков к Рождеству. Результат — 75 тыс. скачиваний, общая стоимость потенциальных покупок, собранных пользователями в виртуальном мире, — под сотню миллионов долларов.

Пример из России — тоже про взаимодействие с детьми. Компания QIWI с помощью разработчиков из SimbirSoft создала игру для подростков «Финансовый абсолют». Это один из проектов программы QIWI FINTEEN, нацеленной на обучение детей финансовой грамотности и взаимодействие с современными платежными технологиями. Лучший способ это сделать — использовать игровые механики. Понадобилось несколько месяцев напряженной совместной работы сотрудников QIWI, краудсорс-платформы EduNet и разработчика программного обеспечения SimbirSoft для того, чтобы создать приложение, которое будет и развлекать, и обучать одновременно. Фактически получился симулятор управления семейным бюджетом. Игра помогает детям учиться решать экономические и финансовые вопросы, принимать важные решения, с которыми каждый взрослый сталкивается в повседневной жизни.

Елена Луценко, руководитель образовательной программы QIWI FINTEEN, объясняет: «„Финансовый абсолют“ — это игра живого действия, в которой тесно переплетены реальное и виртуальное пространство. Мы сдела-