



ПРАКТИЧЕСКИЙ ГАЙД ПО ГЕЙМИФИКАЦИИ МЕРОПРИЯТИЙ

Готовые механики, правила начисления баллов, идеи заданий и наград

Что такое геймификация



Геймификация – использование игровых механик в неигровых процессах для повышения вовлеченности, мотивации, интереса и лояльности участников.

Например участник получает баллы за активность в приложении события и на площадке, видит свой результат в рейтинге и может обменять накопленные баллы на подарки или бонусы. Механика с баллами и наградами задействует базовую тягу к соревнованию и признанию.

При этом геймификация – это не обязательно сложная игра с заданиями и квестами. Даже простая механика «соверши действие и получи баллы» уже помогает сделать участие более активным и управляемым.

Зачем нужна геймификация

Для организатора это выражается в конкретных результатах: участники активнее взаимодействуют с приложением, программой, контентом и партнерами, чаще посещают стенды и участвуют в активностях. А организатор получает больше данных о поведении аудитории и может оценить эффективность отдельных элементов мероприятия.

Геймификация особенно полезна, когда нужно не просто привлечь внимание участников, а мотивировать их совершать конкретные действия: заполнить профиль, посетить сессию, познакомиться с другими участниками, зайти на стенд партнера, пройти опрос или выполнить задание.



И главное – игровые механики можно адаптировать практически под любую задачу мероприятия. Далее разберем, какие действия можно превратить в игровую механику, как начислять и списывать баллы и как использовать их для мотивации участников.

Как построить механику геймификации

Чтобы геймификация действительно работала на задачи мероприятия, начинайте не с подарков и не с рейтинга, а с вопроса: какого результата вы хотите достичь?

Например, вы хотите познакомить участников между собой, повысить посещаемость сессий, привлечь внимание к партнерам или увеличить активность в приложении. Простую механику можно собрать всего за несколько шагов.

Шаг 1. Определите цель

Сначала решите, что именно вы хотите изменить или усилить с помощью геймификации. Например:

- ✦ **Познакомить участников:** мотивировать общаться, обмениваться контактами и участвовать в нетворкинге.
- ✦ **Повысить посещаемость:** стимулировать участников приходить на сессии, активности и в определенные зоны площадки.
- ✦ **Собрать данные:** мотивировать заполнить профиль, анкету или пройти опрос.
- ✦ **Увеличить активность:** стимулировать использование приложения, участие в чатах, опросах и других активностях.
- ✦ **Привлечь внимание к партнерам:** увеличить посещаемость стендов и взаимодействие с брендами.
- ✦ **Обучить:** мотивировать изучать материалы, посещать образовательные сессии, проходить тесты и квизы.
- ✦ **Развлечь:** добавить соревнование, задания, квесты и другие игровые активности.

Одна механика может решать сразу несколько задач. Например, квест по стендам одновременно знакомит участников с партнерами, увеличивает активность на площадке и дает повод изучить приложение.

Шаг 2. Определите, за какие действия начислять баллы

Теперь превратите цель в конкретные действия участника. Задайте себе вопрос: что должен сделать участник, чтобы помочь нам достичь цели? Например:

Цель: привлечь внимание к партнерам

- ✦ посетить стенд
- ✦ отсканировать QR-код у сотрудника на стенде
- ✦ скачать/ ознакомиться с презентацией
- ✦ оставить заявку
- ✦ сохранить контакт представителя компании

Цель: усилить нетворкинг

- ✦ заполнить профиль
- ✦ добавить интересы, полезную информацию о себе
- ✦ обмениваться контактами
- ✦ написать сообщение в общем чате
- ✦ принять участие в нетворкинг-активности
- ✦ назначить встречу

Цель: повысить посещаемость сессий

- ✦ добавить доклад в «Избранное»
- ✦ посетить сессию
- ✦ задать вопрос спикеру
- ✦ оценить выступление
- ✦ отсканировать QR-код у спикера



Важно: баллы можно начислять практически за любое действие, которое можно зафиксировать в системе или подтвердить вручную. Не обязательно ограничиваться стандартными игровыми механиками.

Шаг 3. Определите награду

Когда список действий готов, решите, что участник сможет получить за активность. Это могут быть:

- ◆ брендовый мерч;
- ◆ подарки от партнеров;
- ◆ сертификаты;
- ◆ скидки;
- ◆ билеты или приглашения;
- ◆ доступ к дополнительным активностям;
- ◆ участие в закрытом розыгрыше;
- ◆ специальные статусы или привилегии;
- ◆ внутренние бонусы/ валюта мероприятия.

При выборе наград учитывайте не только их стоимость, но и ценность для конкретной аудитории. Не обязательно делать дорогие призы. Иногда дополнительной мотивацией становятся сам рейтинг, признание результата или возможность получить ограниченный подарок.

Шаг 4. Определите срок и правила игры

Заранее решите, когда начинается и заканчивается геймификация и что происходит с баллами после завершения игры. Например:

- ✦ игра начинается за неделю до мероприятия;
- ✦ баллы начисляются только во время мероприятия;
- ✦ игра продолжается весь день;
- ✦ рейтинг обновляется в режиме реального времени;
- ✦ подарки можно получить до определенного времени;
- ✦ победители определяются по итогам мероприятия.

Также стоит заранее определить ограничения:

- ✦ сколько раз можно получить баллы за одно действие;
- ✦ есть ли максимальное количество баллов за день;
- ✦ начисляются ли баллы за повторные действия;
- ✦ одинаковые ли правила действуют для всех участников;
- ✦ можно ли получить подарок, потратив баллы, несколько раз.



Это помогает избежать ситуации, когда участник может получить большое количество баллов за одно простое действие или бесконечно повторять одну и ту же механику.

Простая формула геймификации

Цель мероприятия



Нужное действие участника



Баллы за действие



Рейтинг / накопленные баллы



Награда

Пример

Цель: увеличить посещаемость стендов партнеров

Действие: участник сканирует QR-код на стенде

Награда: +50 баллов за каждый стенд

Ограничение: один QR-код можно отсканировать один раз

Дополнительная мотивация: участники, набравшие 500+ баллов, получают доступ к розыгрышу призов

Так из одной бизнес-задачи получается понятная игровая механика, которую легко объяснить участникам и измерить после мероприятия.

Не бойтесь экспериментировать!

Геймификация не обязательно должна быть полностью распланирована до начала мероприятия. Можно добавлять новые задания и начислять баллы вручную уже по ходу события – отдельному участнику, группе или целой команде.

Это особенно полезно для спонтанных активностей: конкурса на сцене, дополнительного задания, лучшего вопроса спикеру, помощи организаторам или при форс-мажорных обстоятельствах.



Дальше разберем, за какие действия можно начислять баллы автоматически и вручную, и приведем готовые идеи, которые можно адаптировать под свое мероприятие.

Автоматическое начисление баллов

Баллы можно начислять автоматически за действия участников в приложении и на мероприятии. Для большинства механик можно задать количество баллов, период действия и ограничения. Например, начислять баллы только один раз или только за первые несколько действий.

Ниже собрали основные механики, которые можно использовать отдельно или комбинировать между собой.

- Регистрация в приложении**

Участник получает баллы за первый вход в приложение мероприятия

Ограничение: Один раз за мероприятие

+50 баллов за авторизацию
- Заполнить профиль**

Баллы начисляются после заполнения профиля участника

Ограничение: Один раз за мероприятие

+50 баллов за заполнение профиля
- Добавить фотографию**

Участник получает баллы за загрузку фотографии в профиль

Ограничение: Один раз за мероприятие

+30 баллов за фотографию профиля
- Заполнить определенное поле профиля**

Участник получает баллы за указание должности/ компании/ интересов или другую информацию

Ограничение: Один раз за заполнение конкретного поля

+20 баллов за заполнение раздела «Интересы»
- Добавление доклада в «Избранное»**

Участник получает баллы за знакомство с программой мероприятия и выбор интересных докладов

Ограничение: Например за первые 5 докладов в «Избранном»

+20 баллов за доклад
- Посещение сессии**

Баллы начисляются за посещение определенной сессии

Ограничение: Один раз за сессию

+50 баллов за посещение сессии

Автоматическое начисление баллов

Оценка сессии Участник получает баллы за оценку выступления Ограничение: Один раз за сессию +50 баллов за посещение сессии
Вопрос спикеру Баллы начисляются за вопрос во время сессии или в приложении Ограничение: Например за первые 3 вопроса +50 баллов за вопрос
Поставить лайк вопросу другого участника Участник получает баллы за поддержку вопроса другого участника Ограничение: Например за первые 5 лайков +10 баллов за лайк
Ваш вопрос получил лайк Участник получает баллы, если другие участники поддержали его вопрос лайком Ограничение: Например за первые 5 лайков +10 баллов за лайк
Голосование Баллы начисляются за участие в голосовании Ограничение: Один раз за голосование +20 баллов за голос
Сканирование QR-кода после доклада После сессии участник сканирует QR-код, размещенный в зале или на экране, и подтверждает посещение доклада Ограничение: Один раз за конкретную сессию +50 баллов за сканирование QR-кода после доклада
Сообщение в общем чате Баллы начисляются за сообщения в общем чате Ограничение: Например только за первые 5 сообщений +10 баллов за сообщение

Автоматическое начисление баллов

Сообщение в определенном чате

Баллы начисляются за сообщения в тематическом чате

Ограничение: Например только за первые 5 сообщений

+20 баллов за сообщение в чате «Нетворкинг»

Личное сообщение участнику

Участник получает баллы за отправку личного сообщения другому участнику

Ограничение: Например только за первые 5 сообщений

+20 баллов за сообщение

Назначение встречи

Баллы начисляются за назначение встречи с другим участником через приложение

Ограничение: Один раз за конкретного участника или ограниченное количество встреч, например, первые 10

+50 баллов за назначенную встречу

Принятое приглашение на встречу

Баллы получает участник, чье приглашение на встречу было принято другим участником

Ограничение: Один раз за конкретное приглашение

+50 баллов за принятую встречу

Обмен контактами

Участник получает баллы за обмен контактами с другим участником

Ограничение: Например только за первые 10 контактов

+30 баллов за каждый обмен

Посещение стенда и сканирование QR-кода

Участник получает баллы за посещение стенда партнера и сканирование QR-кода у сотрудника

Ограничение: Один раз за конкретный QR-код

+50 баллов за сканирование

Автоматическое начисление баллов

Выполнение задания

Баллы начисляются после выполнения определенного задания

Ограничение: Один раз или ограниченное количество раз

+100 баллов за выполнение задания

Прохождение квиза

Участник получает баллы за прохождение квиза

Ограничение: Один раз за квиз

+50 баллов за прохождение

Правильный ответ

Баллы начисляются за каждый правильный ответ в квизе или тесте

Ограничение: Можно установить максимальное количество баллов

+20 баллов за правильный ответ

Завершение квеста

Дополнительные баллы начисляются за полное прохождение квеста

Ограничение: Один раз за квест

+100 баллов за выполнение

Фотозадание

Участник выполняет задание и подтверждает его фотографией

Ограничение: Один раз за задание

+100 баллов за фото у специальной зоны

Загрузка фотографии

Баллы начисляются за публикацию фотографии в приложении

Ограничение: Например за первые 3 фотографии

+50 баллов за фото

Ежедневный вход

Участник получает баллы за вход в приложение в каждый день мероприятия

Ограничение: Один раз в день

+30 баллов за вход

!

Это не полный список. Баллы можно начислять практически за любое действие, которое важно для вашего мероприятия. Если нужной механики нет среди автоматических правил, ее можно реализовать через ручное начисление баллов.

Ручное начисление баллов

Во время мероприятия всегда появляются ситуации, которые хочется отметить: участник задал лучший вопрос, команда неожиданно выиграла конкурс, кто-то помог коллеге или особенно активно включился в происходящее. Для таких случаев можно использовать ручное начисление баллов.

Также геймификация позволяет быстро реагировать на происходящее прямо во время мероприятия. Например, нужно привлечь больше участников на доклад важного гостя, поддержать активность в чате, быстро собрать людей на дополнительную активность или усилить интерес к зоне партнера. Организатор может объявить дополнительное задание и вручную начислить баллы тем, кто его выполнит.



Таким образом, геймификация становится не статичным набором правил, заданных до начала мероприятия, а инструментом оперативного управления вовлеченностью.

Примеры за что можно начислять баллы вручную:

За активности, результат которых сложно определить автоматически: лучший вопрос спикеру, самый интересный комментарий, лучший ответ на вопрос, самый активный участник сессии и т.д.

Пример: спикер выбирает лучший вопрос из зала и его автор получает +200 баллов.

За специальные активности партнеров: победа в конкурсе, лучший вопрос представителю компании, участие в брензированной активности и т.д.

Пример: партнер проводит конкурс на стенде и передает организатору список победителей, которым начисляются дополнительные баллы.

За спонтанно возникшие механики: например, во время конференции организатор замечает, что участники активно обсуждают тему в чате. Можно объявить, что до конца дня будет выбран самый активный участник чата, который получит 500 баллов.

Не обязательно заранее предусматривать все возможные сценарии. Оставьте часть механик открытыми, чтобы команда могла реагировать на происходящее в моменте: усиливать интерес к нужным активностям, награждать участников за инициативу и добавлять новые игровые элементы прямо по ходу мероприятия.

При этом важно сохранять баланс: если баллы начисляются слишком часто и без понятных критериев, рейтинг может потерять смысл, а участникам будет сложнее понимать, как на него влиять.



Чтобы ручное начисление не превратилось в хаос, заранее определите, кто из команды имеет право начислять баллы, за какие действия и в каком количестве.

Списание баллов

Баллы работают не только как показатель активности. Их можно превратить во внутреннюю валюту мероприятия и обменивать на подарки, бонусы и дополнительные возможности.

При этом списание баллов не обязательно должно быть связано только с материальными призами. Ценность может быть и в доступе к дополнительной активности, привилегии или уникальному опыту.

На что можно потратить баллы

- ✦ **Подарки и мерч:** футболки и худи, кружки и бутылки, блокноты и канцелярские принадлежности, аксессуары и другие подарки от организатора. Пример: футболка стоит 500 баллов, бутылка – 300, блокнот – 150.
- ✦ **Подарки от партнеров:** сертификаты, промокоды, товары, услуги и специальные предложения. Это может стать дополнительным способом повысить ценность участия в геймификации для партнеров.
- ✦ **Участие в закрытом розыгрыше.** Например: потратьте 300 баллов и получите возможность участвовать в розыгрыше призов. Такой формат позволяет сохранить интригу и при этом мотивирует участников продолжать накапливать баллы.
- ✦ **Доступ к дополнительным активностям:** закрытому мастер-классу, дополнительной сессии, встрече со спикером, специальному нетворкингу, закрытой вечеринке, VIP-активности, эксклюзивной экскурсии и т.д. Пример: доступ к закрытому мастер-классу – 1000 баллов.
- ✦ **Еда и напитки:** кофе, десерт, напиток, обед и т.д. Такие награды особенно хорошо работают на длинных мероприятиях, где участник может быстро обменять небольшое количество баллов на что-то здесь и сейчас.
- ✦ **Сертификаты и впечатления:** билеты на мероприятия, сертификаты на развлечения, консультации и т.д.

Как определить стоимость наград

Стоимость подарка в баллах лучше привязать к его ценности и сложности получения. Можно сделать несколько уровней:

Небольшие награды: 100–300 баллов.
Например блокнот, кофе, стикеры, небольшой подарок.

Средние награды: 300–1000 баллов.
Например мерч, подарки партнеров, сертификаты, доступ к дополнительной активности.

Ценные награды: 1000+ баллов.
Эксклюзивный мерч, VIP-активности, крупные сертификаты, специальные призы.

Если участник понимает, сколько баллов нужно для конкретной награды, он может сам выбрать стратегию: копить на большой приз или регулярно тратить баллы на небольшие бонусы.

Важно заранее продумать правила списания

Чтобы механика была понятной, участник должен заранее видеть:

- ◆ сколько стоит каждый подарок или бонус;
- ◆ сколько баллов у него уже есть;
- ◆ сколько еще нужно накопить;
- ◆ сколько раз можно получить одну и ту же награду;
- ◆ когда можно потратить баллы;
- ◆ что происходит с неиспользованными баллами после окончания мероприятия.



Чем прозрачнее правила, тем проще участнику понять, зачем ему продолжать зарабатывать баллы и на что он сможет их потратить.

Сканер списания баллов

Сканер помогает сделать выдачу подарков простой и контролируемой. Участнику не нужно показывать бумажный купон или доказывать, сколько баллов он накопил: вся информация уже есть в системе.

Как происходит выдача подарка

- 1 Участник выбирает подарок**
Выбирает доступную награду и подтверждает обмен баллов на подарок.
- 2 Участник показывает QR-код**
При получении подарка участник открывает свой QR-код в приложении.
- 3 Организатор сканирует QR-код**
Сотрудник, отвечающий за выдачу, использует QR-сканер, чтобы проверить данные участника.
- 4 Баллы списываются**
Необходимое количество баллов списывается с баланса участника.
- 5 Подарок выдан**
Организатор передает подарок участнику, а информация о выдаче фиксируется в системе.

Если подарков много, а участников – сотни или тысячи, ручной учет быстро превращается в отдельную задачу для команды. Сканер позволяет организовать выдачу по принципу «показал QR – отсканировал – получил подарок», поэтому процесс остается быстрым.

Примеры сценариев геймификации

Ниже — несколько примеров сценариев для разных типов мероприятий. Их можно использовать как есть или адаптировать под свои задачи, аудиторию и формат события.

Конференция

Задача: Повысить посещаемость программы и нетворкинг

За что начислять баллы: Вход в приложение, заполнение профиля, посещение докладов, вопросы спикерам, лайки вопросам, сообщения, встречи, посещение партнеров, сканирование QR-кодов

Что можно дарить: Мерч, книги, сертификаты, подарки партнеров, доступ к закрытым активностям

Конференция + выставка

Задача: Увеличить посещаемость стендов и взаимодействие с партнерами

За что начислять баллы: Посещение стенда, просмотр страницы партнера, сканирование QR-кода, выполнение задания, прохождение маршрута по стендам

Что можно дарить: Мерч, подарки партнеров, сертификаты, промокоды, эксклюзивные призы

Корпоративное мероприятие

Задача: Усилить командное взаимодействие и вовлечь сотрудников в активности

За что начислять баллы: Командные задания, спортивные соревнования, квизы, челленджи, творческие конкурсы, участие в активностях

Что можно дарить: Подарки команде, сертификаты, общий приз, эксклюзивная активность

Форум / деловое мероприятие

Задача: Мотивировать участвовать в деловой программе и знакомиться с другими участниками

За что начислять баллы: Посещение сессий, вопросы спикерам, опросы, обмен контактами, назначение и принятие встреч, посещение партнеров

Что можно дарить: Книги, профессиональные сертификаты, подписки на сервисы, консультации экспертов, подарки партнеров

Примеры сценариев геймификации

Образовательное мероприятие

Задача: Мотивировать изучать материалы и проходить программу до конца

За что начислять баллы: Посещение лекций, просмотр материалов, тесты, правильные ответы, практические задания, завершение образовательного трека

Что можно дарить: Сертификаты, книги, дополнительные материалы, консультации экспертов, доступ к дополнительным занятиям

Фестиваль

Задача: Мотивировать исследовать площадку и участвовать в активностях

За что начислять баллы: Посещение зон, QR-коды, фотозадания, квизы, челленджи, активности партнеров, прохождение маршрута

Что можно дарить: Мерч, сувениры, подарки партнеров, билеты, сертификаты, доступ в специальные зоны

Многодневное мероприятие

Задача: Мотивировать возвращаться в приложение и участвовать каждый день

За что начислять баллы: Ежедневный вход, посещение сессий, ежедневные задания, активность в чатах, посещение партнеров

Что можно дарить: Небольшие подарки за ежедневную активность + ценные призы за серию или финальный результат



Совет: не пытайтесь награждать участников за все сразу. Выберите 3–7 действий, которые напрямую связаны с задачами вашего мероприятия. Чем понятнее связь между действием и наградой, тем проще участнику включиться в игру.

Корпоративный фестиваль РЕСО-Гарантия

Внутренняя валюта

Назвали в честь президента компании. Участники получали ее за прохождение квиза, выполнение заданий. Потом можно было обменять на сувениры, а лучшие участники и команды отмечались на вечерних мероприятиях.

Квиз о компании и фестивале

По четырем направлениям: история компании, про сам фестиваль, люди и профессии внутри компании, место проведения в этом году.

Народное голосование

Было деление на команды, которые выполняли домашние задания, участвовали в КВН и других конкурсах. Команды соревновались друг с другом и оценивались другими участниками в специальном разделе.



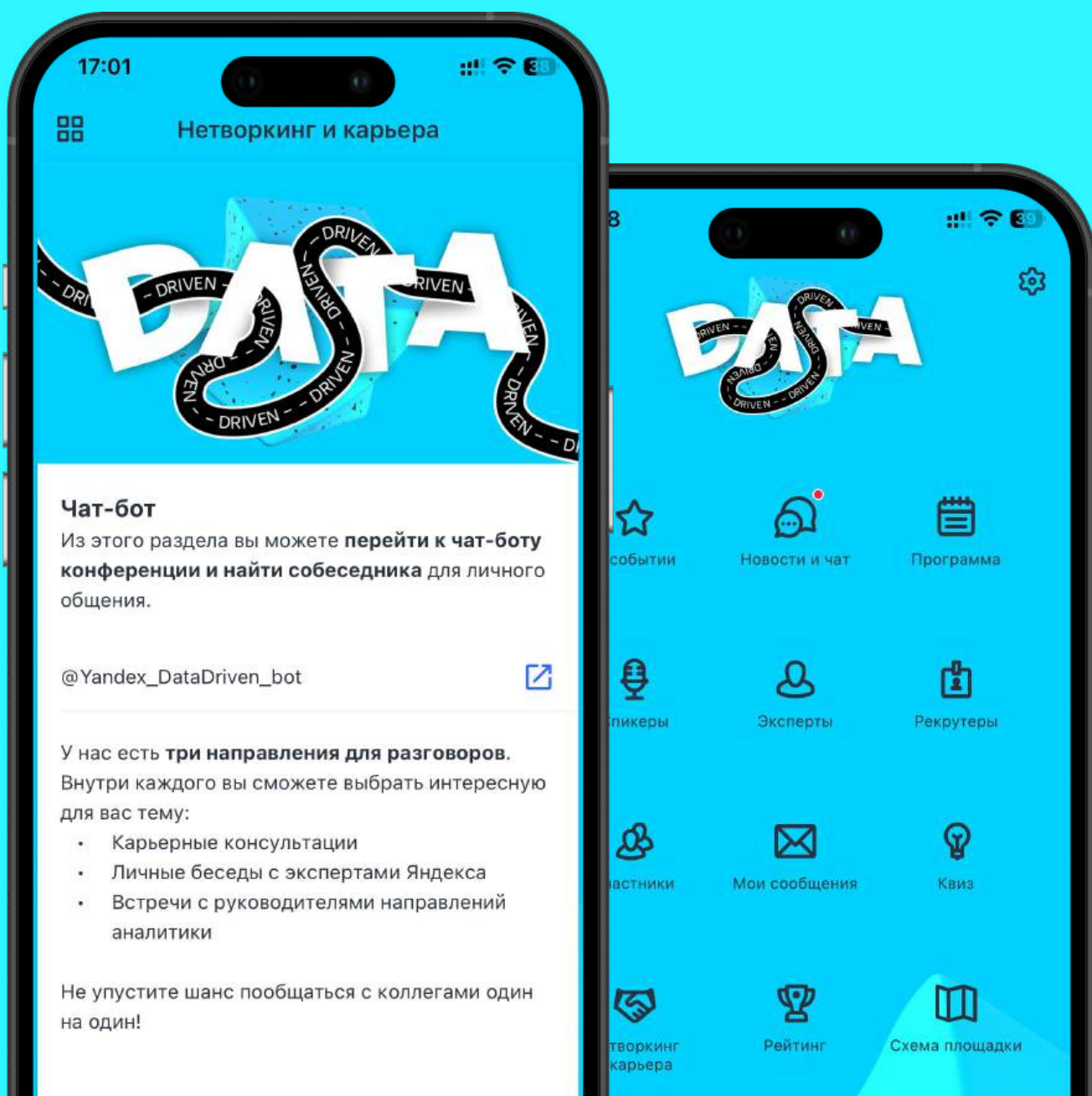
Бизнес-конференция Yandex Data Driven

Квесты по 5 направлениям аналитики

Каждое направление имело свой квест, каждый состоял из 3 кейсовых заданий. Для решения кейсов участнику было необходимо подойти к соответствующему стенду и обсудить решение с экспертами.

Квиз как часть программы

Вопросы касались технологий, сервисов Яндекса и аналитических задач. Это позволило совместить развлечение с тематикой конференции и проверить знания участников в лёгкой игровой форме.



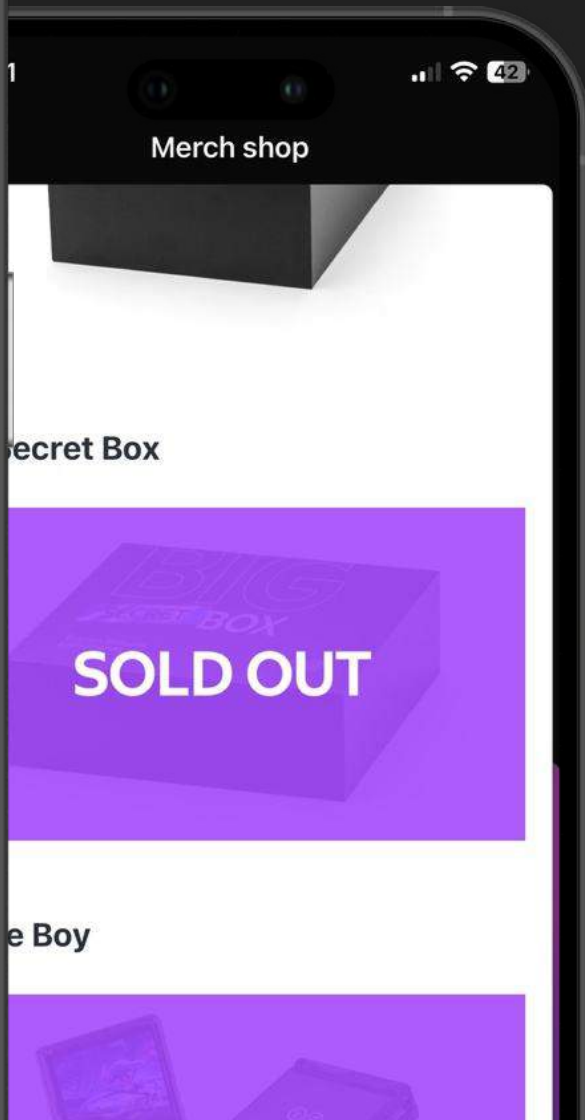
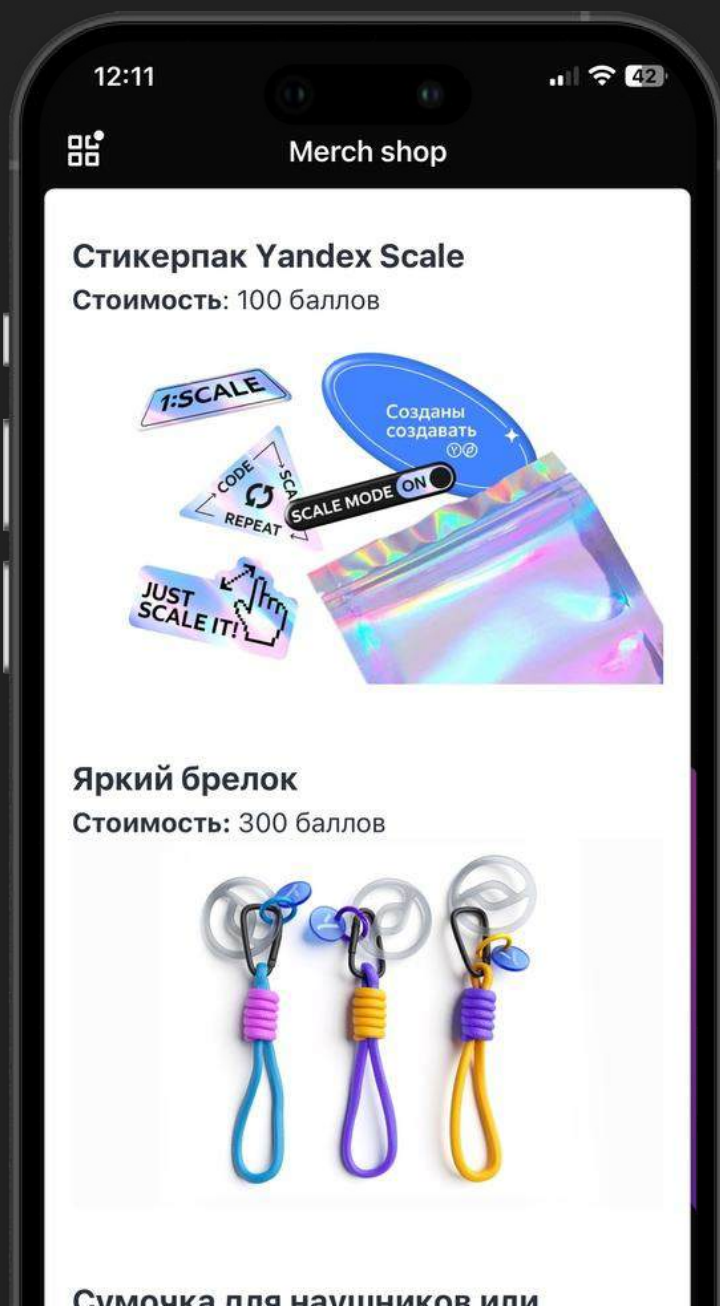
Конференция Yandex Scale

Квесты и квизы за баллы

Обучали своему продукту через игру. Отметки после получения баллов вносятся в мерч карту. Для каждого трека были разные задания, которые отличались уровнем сложности и количеством баллов. Форматы заданий: поделиться кейсом из своей практики, принять участие в интерактиве и т.д.

Магазин мерча

Витрина мерча со стоимостью товаров в баллах, повысили ценность мерча, sold out позиции.



Практики Развития 2025 (Пир-2025)

«Секретное слово» для активации нетворкинга

Всех разделили на пять групп по алфавиту, у каждой группы было своё секретное слово. Участники знакомились друг с другом, узнавали эти слова и получали за верный ответ ПирКоины

Квест от спикеров

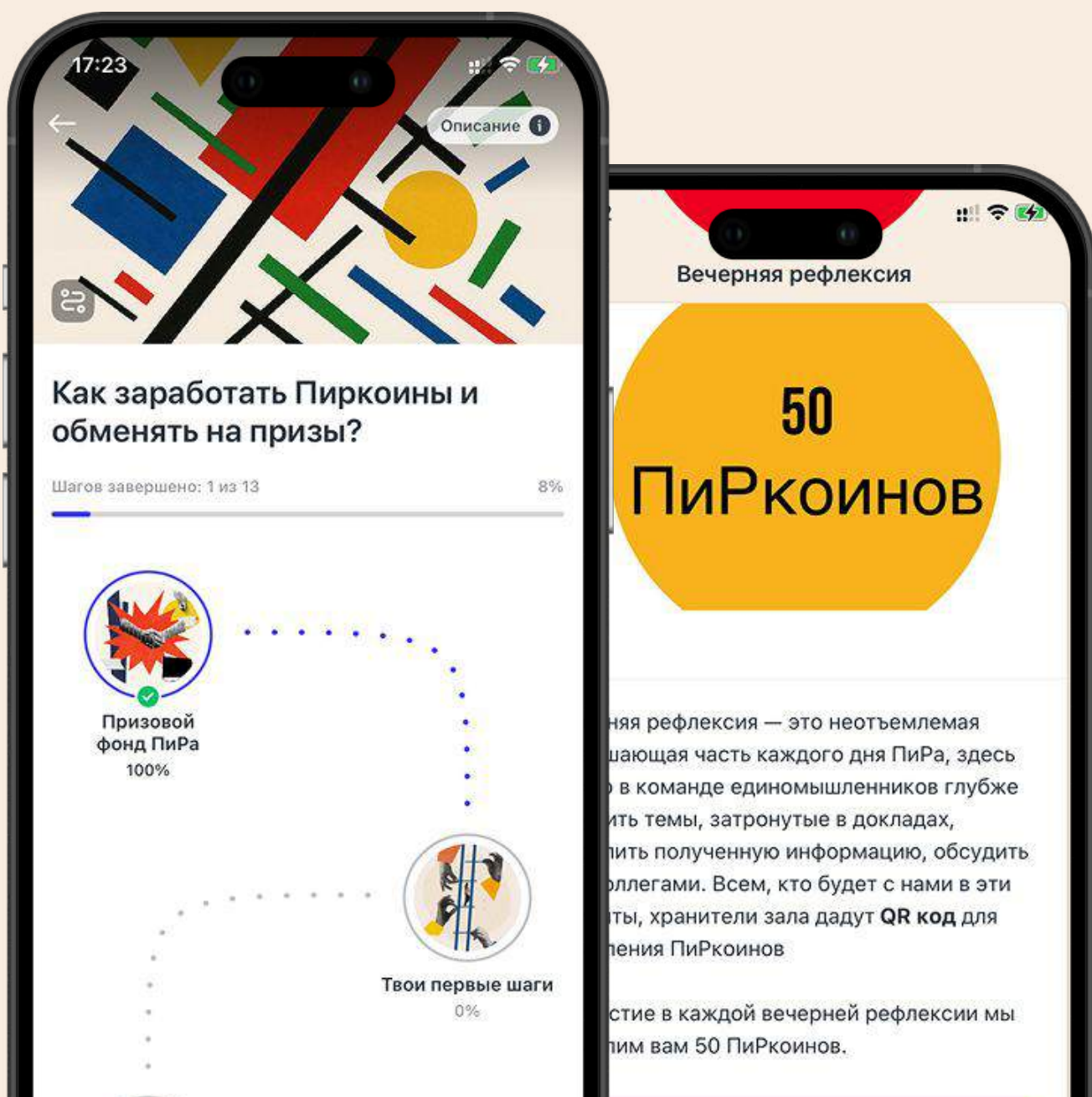
Квест из 10 этапов и 30 вопросов. Мотивировали участников посещать доклады и задавать спикерам уточняющие вопросы

Интерактивные зоны с героями

В специальных локациях находились герои в тематике мероприятия. Участники отвечали на их вопросы, за правильные ответы получали ПирКоины, отсканировав специальные QR-коды

QR-коды на стендах партнеров

Мотивировали участников активнее исследовать площадку и знакомиться с партнерами



Чек-лист запуска геймификации

Перед запуском геймификации пройдитесь по чек-листу – это поможет проверить механику целиком: от целей и правил до выдачи призов.

Цели и механика

- ☐ **Определите цель**
Понятно ли, какое поведение или результат должна стимулировать геймификация: посещение сессий, нетворкинг, взаимодействие с партнерами, активность в приложении и т. д.
- ☐ **Выберите действия, за которые начисляются баллы**
Определите, какие действия действительно помогают достичь цели, и проверьте не добавили ли вы лишних механик.
- ☐ **Настройте автоматическое начисление баллов и ограничения**
Проверьте, сколько баллов дает каждое действие и можно ли повторять его неограниченное количество раз.
- ☐ **Продумайте ручное начисление баллов**
Определите, за какие дополнительные активности можно будет начислять баллы вручную и кто будет это делать.

Награды

- ☐ **Подготовьте подарки и призы**
Определите, что участники смогут получить за баллы и сколько стоит каждая награда.
- ☐ **Проверьте количество подарков**
Убедитесь, что призов достаточно, или заранее определите ограничения на их количество.
- ☐ **Продумайте процесс выдачи**
Определите место, время и ответственных за выдачу подарков.

Тестирование

- ☐ **Протестируйте механику**
Пройдите путь участника от получения баллов до обмена на подарок.
- ☐ **Проверьте начисление и списание баллов**
Убедитесь, что баллы начисляются за нужные действия, корректно отображаются и списываются при получении награды.

Коммуникация

- ☐ **Расскажите участникам о правилах**
Объясните, за что начисляются баллы, где посмотреть свой баланс и рейтинг и на что можно потратить баллы.
- ☐ **Покажите награды**
Участник должен заранее понимать, ради чего он играет: какие подарки доступны и сколько они стоят.
- ☐ **Назначьте ответственных**
Определите, кто отвечает за геймификацию, ручное начисление баллов и выдачу призов.

Финальная проверка

Перед стартом задайте себе три вопроса:

- ✦ Понятно ли участнику, что делать?
- ✦ Понятно ли, зачем ему это делать?
- ✦ Понятно ли, что он получит в результате?



Если на все три вопроса ответ «да» – механику можно запускать.

Геймификация начинается с простой механики

Чтобы запустить геймификацию, не обязательно придумывать сложный квест или десятки заданий. Начните с одной задачи и нескольких действий, которые помогут её решить:

- ✦ определите цель;
- ✦ выберите действия;
- ✦ назначьте баллы;
- ✦ придумайте награды;
- ✦ запустите механику.

А дальше смотрите на реакцию участников и добавляйте новые механики по ходу мероприятия.

Используйте этот гайд как конструктор: выбирайте подходящие правила, комбинируйте их между собой и адаптируйте под формат своего события.

А если хотите реализовать геймификацию в приложении мероприятия, Event Rocks поможет подобрать механику, настроить начисление и списание баллов, рейтинг, задания, QR-сканирование и витрину подарков в одном месте.



Запустить геймификацию с Event Rocks

