



OYUNLAŐTIRMAYA DAİR VERİLER VE RAKAMLAR*

Mario Heger

* Bu yazı Mario Heger'e air enterprise-gamification.com adresinden alınmıştır.
Tam adres: <http://www.enterprise-gamification.com/index.php/en/facts>



Giriş

Bu belge Oyunlaştırma konusundaki olguların ve rakamsal verilerin toplanmasına hizmet etmekte ve bu yaklaşımın ciddi yazılımları geliştirmeye nasıl yardım ettiğini göstermektedir. Öncelikle, size potansiyeli hissettirecek, farklı ülkelere ilişkin oyun verilerini bulacaksınız. İkincisi, oyunlaştırılan uygulamalar ve işlemlere ilişkin rakamsal verilerin oyun mekaniğindeki etkisini ROI'da, veri niteliğinde, müşteriye sağlamaştırmada, öğrenmede ve diğer alanlarda göreceksiniz. Bu gelişmelerin pek çoğu 2 ve hatta 3 hanelidir. Belgeyi elde edilen sonuçlar ve kaynaklara giden bağlantı listesi tamamlamaktadır.

İlginç Gerçekler

- Oyun oynayanların ortalama yaşı: 37(ortalama 12 yıldır oyun oynayanlar)
- Amerika'daki ev halkının % 77'si video oyunu oynamaktadır.
- En sık oyun satın alan insanların ortalama yaşı: 41
- Oyun oynayanların %55'i cep telefonları ve mobil cihazlarda oyun oynamaktadır.
- Gençlerde bilgisayar ve video oyunu oynama yüzdesi: 97
- Kadınlarda oyun oynama yüzdesi: 42 (Ancak, 18 yaşından büyük kadınlar oyun oynayan toplam %37'lik nüfusun, 17 yaş ve altındaki erkeklere (%13) kıyasla çok daha büyük bir kısmını oluşturmaktadır.



- Oyun oynayan nüfusta 50 yaşından büyüklerin yüzdesi (2011 itibariyle): 29 (1999'da bunun yüzdesi 9'du. Bu rakam, video oyunlarını faaliyetlerine dahil etmiş olan bakımevleri ve huzurevleriyle birlikte şüphesiz artacaktır.)
- Beraber oyun oynayan insanların yüzdesi: 65
- Oyunların kiralanma veya satılma esnasında orada bulunan ebeveynin yüzdesi: 91
- Ebeveynlerin %68'i video-oyun oynamanın zihinsel uyarıma ve eğitime katkıda bulunduğunu, %57'si oyunların ailecek Ebeveynlerin %68'i oyun oynamanın zihinsel bir egzersiz olduğunu, %57'si oyunlar sayesinde ailece daha çok vakit geçirdiklerini ve %54'ü de çocuklarının arkadaşlarıyla sosyalleşmesine yardımcı olduğunu düşünüyor.
- WoW'da geçirilen haftalık ortalama saat: 20
- Oyuncular World of Warcraft'da kolektif olarak 5.93 milyon yıl geçirdi.
- WoWWiki'deki makale sayısı: 250.000
- Tüm Wiki'ler içinde WoWWiki 2. Sırada.
- Wikipedia'da 1. Sırada
- Irak'taki Amerikan askerlerinin görev dışında iken en çok oynadığı oyunlar: Halo, Call of Duty
- Anket yapılan Alman çalışanların %46.6'sı mesai saatlerinde; %10'u her gün; %15.5'i haftada bir kaç defa; %7'si haftada 1 kere; %3.6'sı ayda bir kere; %10.6'sı da ayda 1 kereden daha seyrek oyun oynuyor.
- Anket yapılan CEO'ların ve CFO'ların %61'i mesai saatlerinde oyun oynuyor.
- **ÜLKELERDEKİ TOPLAM NÜFUSA ORANLA EN YÜKSEK AKTIF OYUNCU YÜZDELERİ** (*National Gamers Survey 2011*):
 - Almanya: %66
 - Meksika: %57
 - Rusya: %53
 - Birleşik Krallık: %52
 - Brezilya: %47
 - Amerika Birleşik Devletleri: %42

- En fazla oyuncu sayısı Çin'de.
- Bir oyuncunun oynadığı ortalama platform sayısı: 3.8
- ABD'de bir günde oyuna harcanan zaman: 215 milyon saat



ABD (Kaynak)

- ABD'deki aktif oyuncu sayısı: 145.000.000
 - Oyunlara para harcayan aktif oyuncuların payı: %43
 - 2011 yılında oyunlara harcanan tahmini para: 21.600.000.000\$
 - Oyunlara harcanan zaman: günde 215.000.000 saat
 - Platform başına oyuncu sayısı:
 - Sosyal ağlar: 76 Milyon
 - Gündelik websiteler: 115 Milyon
 - Mobil cihazlar: 75 Milyon
 - MMO oyunları: 52 Milyon
 - Konsol oyunları: 82 Milyon
 - PC/Mac (ambalajlı): 71 Milyon
 - PC/Mac (indirilen): 73 Milyon
 - İlginç Gerçekler:
 - 1.700.000 Amerikalı kontrollü oyun kartlarını tercih ediyor.
 - İnternette geçen zamanın %29'u çevrimiçi oyunlara gidiyor.
 - CNN, 3.900.000 ödeme yapan sosyal oyuncuya ulaşıyor.
 - Playstation 3 kullananların %70'i aynı zamanda MMO oyunları oynuyor.
 - 690.000 ödeme yapan kadın oyuncu balık tutmayı seviyor.
- Bu görsel için 200 veri başlığından %2'si kullanıldı.

ALMANYA (Kaynak)

- Almanya'daki aktif oyuncu sayısı: 36.000.000
 - Oyunlara para harcayan aktif oyuncuların payı: %66
 - 2011 yılında oyunlara harcanan tahmini para: 4.600.000.000€
 - Oyunlara harcanan zaman: günde 47.000.000 saat
 - Platform başına düşen oyuncu sayısı:
 - Sosyal ağlar: 17 Milyon
 - Gündelik websiteler: 26 Milyon
 - Mobil cihazlar: 22 Milyon
 - MMO oyunları: 13 Milyon
 - Konsol oyunları: 25 Milyon
 - PC/Mac (ambalajlı): 26 Milyon
 - PC/Mac (indirilen): 20 Milyon
 - İlginç Gerçekler:
 - 660.000 sosyal-oyun oynayanlar ödemeyi sms ile yapıyor.
 - İnternette geçen zamanın %53'ü çevrimiçi oyunlara gidiyor.
 - Ödeme yapan MMO oyuncular mmogame.com'u kullanıyorlar.
 - Xbox360 kullananların %71'i gündelik websitelerde de oyun oynuyorlar.
 - 195.000 ödeme yapan kadın oyuncu yemek yapmayı seviyor.
- Bu görsel için 200 veri başlığından %2'si kullanıldı.

Oyunlaştırma Örnekleri & Veriler

TITLE	DESCRIPTION	COMPANY	TYPE	HARD FACT	LINK
Beta 1	<p>Önsürüm aşaması öncesinde, Microsoft'un Test Bölümü, test yapabilmemiz için insanlardan ellerindeki cihazları bir geceliğine bize teslim etmelerini ister. Sonraki gün cihazları iade ederiz.</p> <p>Bu birkaç defa tekrarlanmak durumundadır. Katılım oranları ne kadar düşerse, bunu o kadar sık yapmak zorundadırlar. Oyun, önsürüm testi için gerekli olan, adam-asmaca tarzında ve cevabı "beta one" olan bir oyundur.</p>	Microsoft	İç Üretkenlik Oyunu	Katılımda 4 kat artış	Blog
Dil Niteliği	<p>Basit bir Silverlight uygulamasında, 4.500'ü aşkın insanın, çevirileri düzeltmesi ve geliştirmesi için 500.000 sayfa görüntülendi.</p> <p>Smith "Bu, pek çok açıdan insanların kendi anadillerini kullanmaktan aldıkları zevke, onların milli ve kurumsal gururuna hitap etti" demişti. "Arkadaşlarının kendilerini kötü çevirilerle dolu bir projede çalışırken görmelerini istemediler."</p> <p>Bu oyun önceki "Beta One" çalışmasından daha sofistkeydi. Smith şöyle demişti: "İnsanların ekranın önünde düşünmeden durup oyalanmak yerine önündekine gerçekten dikkat kesildiğinden emin olmak için oyuna kasten sahte hatalar ve kötü çeviriler yerleştirdik. Milli duygulara temas etmek için liderlik yarışmaları yapıyorduk. Japonya şirket genelinde oyunu oynamak için bir günlük izne ayrılmıştı. Liderlik sıralamasında birinci oldular."</p>	Microsoft	İç Üretkenlik Oyunu		Blog

TITLE	DESCRIPTION	COMPANY	TYPE	HARD FACT	LINK
Communi- cate Hope	<p>Communicate Hope bugün Lync adıyla bilinen Microsoft Office Communicator'ın gelişimine katkıda bulundu. Bu oyunun amacı ürünün tasarımı ve kullanılabilirliği hakkında kullanıcıların geri bildirimde bulunmalarını teşvik etmek ve hataları bize bildirmelerini sağlamaktı. Liderlik sıralaması için oynanan oyun 5 ayrı hayır kurumuyla ilişkiliydi ve Microsoft'un bu hayır kurumlarına yaptığı katkılar bu oyunun sonucuna bağlıydı. Smith Group insanlardan, oyunu oynamayanlara kıyasla, 16 kat daha fazla geri bildirim aldı. Bunun sonucunda 10 binlerce dolar hayır kurumlarına gitmiş oldu.</p> <p>Communicate Hope test sürecinin her iki ucunda da fayda sağladı. Çünkü geri bildirimlere hızlı şekilde cevap verildiği takdirde test ekibi üyelerinin ödüllendirildiği ikinci bir ayağa sahipti.</p>	Microsoft	İç Üret- kenlik Oyunu	16 kat daha fazla geri bildirim	Blog
Ribbon Hero 1 & 2	<p>MS Office kullanıcılarını ofiste yeni beceriler öğrenmeye teşvik eden bir oyundu. MS Office tarafından Xbox ekibiyle yapılan bu oyun o kadar başarı sağladı ki bir ikincisi başlatıldı.</p>	Microsoft	Tüket- icilere yönelik üretken- lik oyunu		Blog
Just Press Play	<p>Eğitimlerini erken yaşta bırakan öğrencilerin okullarındaki sosyal yapıya uyum sağlamaları daha zordur. Phelps lise hayatının akademik olmayan tarafları çerçevesinde üretkenlik-tarzi bir oyun tasarlamayı önerdi ve bunu "Kahraman'ın Yolculuğu"na dönüştürdü.</p> <p>Oyuncular, düzenleniş biçimi 10 yılı aşkın zamandır bilimadamlarını uğraştıran bir retrovirus enziminin yapısını çözdüler.</p> <p>Oyuncular bu keşfi protein moleküllerinin yapısını tahmin etmede işbirliği yapmaya ve rekabet etmeye imkan sağlayan çevrimiçi bir oyun olan Foldit'i oynayarak yaptılar. Bilimadamları proteinleri parçalayan enzimin yapısını AIDS'e benzer bir virüsten bulup bir araya getiremeyince Foldit oyuncularından yardım istediler. Oyunculardan enzimin eksiksiz bir modelini üretmelerini istediler. Oyuncular yalnızca 3 hafta içinde modeli yapmayı başardı.</p>	Microsoft & Rochester Teknoloji Enstitüsü	Eğitime yönelik üret- kenlik oyunları		Blog
Foldit		Foldit		Oyuncular so- runu 3 hafta- da çözerken bilimadamları 15 yılda çöze- medi.	

TITLE	DESCRIPTION	COMPANY	TYPE	HARD FACT	LINK
Bottle Bank Arcade	<p>Pek çoğumuz plastik şişeleri ve kutuları iade ediyoruz. Cam şişelerin geri dönüşümünü ise çok az insan sağlıyor. Bunun sebebi belki de plastik ve kutu şişelerde olduğu gibi cam şişe karşılığında para almamamızdır. Camın geri dönüşümünü eğlenceli hale getirerek bu tavrı değiştiremez miyiz? Sadece vicdanınızı rahatlatmaz aynı zamanda "smile" da alırsınız. Sonuçlarına buradan bakın.</p>	TheFunTheory	Tüketici Yönelik Üretkenlik Oyunları	50 kat daha fazla şişe geri dönüşümü	Video
Dünyanın En Derin Çöp Kutusu	<p>Çöpü yere atmak yerine çöp kutusuna atmak o kadar zor olmamalı. Pek çok insan hala bunu yapmayı başaramıyor. Daha fazla insanı çöplerini yere atmak yerine çöp kutusuna atmaya bunu eğlenceli hale getirerek teşvik edebilir miyiz? Sonuçlarına buradan bakın.</p>	TheFunTheory	Tüketici yönelik üretkenlik oyunları	%132 oranda daha fazla çöp toplandı.	Video
Piano merdivenleri	<p>"Asansöre binmek yerine merdivenleri kullanın ve kendinizi daha iyi hissedin" gibi sözleri sık sık duyar ya da Pazar gazetelerinde okuruz. Bu tavsiyeye aslında çok az insan kulak verir. Daha çok insanı asansöre binmek yerine merdivenleri kullanmaya teşvik edebilir miyiz? Sonuçlarına buradan bakın.</p>	TheFunTheory	Tüketici yönelik üretkenlik oyunları	Normalden %66 daha fazla sayıda insan asansör yerine merdivenleri kullanmayı tercih etti.	Video
Hız Kamerası Piyanosusu	<p>Fun Theory Ödülü'nü kazanan fikir. (Kevin Richardson, ABD) Daha fazla insanı hız sınırlarına uymaya nasıl teşvik edebiliriz? Kevin'in cevapladığı soru buydu. Volkswagen İsveç Ulusal Yol Güvenliği Kurumu ile birlikte bu yenilikçi fikri İsveç, Stockholm'de resmen hayata geçirdi.</p>	TheFunTheory	Tüketici yönelik üretkenlik oyunları	Hızda %22'lik azalma	Video
Oyun Kemerini	<p>Araba-içi eğlence sistemini ancak emniyet kemerini bağladığınızda kullanabilirsiniz.</p>	TheFunTheory	Tüketici yönelik üretkenlik oyunları		Video
Seyahat Masrafları Sistemi	<p>Bir seyahati planlarken her bir güzergah için ödenek alırsınız. Bu ödeneğin üstüne çıkarsanız, sorgu sual yok, sadece faturaları yollayın. Eğer altında kalırsanız, kalan parayla ne yapacağınızı seçebilirsiniz:</p> <p>Henüz planlanmamış bir seyahate aktarın.</p>	Google	İç Üretkenlik Oyunları	Neredeyse %100 uyum	
Klozet Kapağı	<p>Bir hayır kurumuna bağışta bulunun. Klozet kapağındaki kovboyla tuvalet eğitimini oyunlaştırın ve oğlunuza klozet kapağını kaldırmayı öğretin. Kapağı kaldırdığında ona silah çeken bir kovboy görün. Çişini yaparken aynı zamanda onu "hedef" alır.</p>			9'da 4 (%44'lük artış)	Video

TITLE	DESCRIPTION	COMPANY	TYPE	HARD FACT	LINK
Anket	<p>Anket sorularını katılımcılar açısından ilginç kılacak soruları başka şekillerde ifade etmek cevaplarda belirgin bir artış sağlar. "Kendinizi tanımlar mısınız?" gibi sorular cevap olarak ortalama 2.4 tanımlayıcı sözcük alıp, katılımcıların % 85'i bu soruya etkili cevap verirken; soru "Kendinizi tam olarak 7 sözcükle tanımlar mısınız?" şeklinde değiştiğinde cevapta ortalama 4.5 tanımlayıcı sözcük yer almakta ve etkili cevap oranı % 98'e çıkmaktadır. Cevap alınmak istenen soruya bir motivasyon dahil edildiğinde cevap oranlarını yükseltebileceğimizi çalışmamız göstermiştir. Örneğin, katılımcılara listelerde yer alan müziklerin her birini ne kadar sevdiklerini sorduk. Sıklıkla bu, 83 sanatçı değerlendirmesi sağladı. Hiç fena değil. Ancak onlara bir radyo istasyonu sahibi olduklarını hayal etmelerini isteyip çalma listesine hangi sanatçıları koymaya karar verdiklerini sorduğumuzda katılımcıların cevaplarını düşünmeye ve tartmaya daha istekli olduklarını buna bağlı olarak değerlendirilen sanatçı sayısının 148'e çıktığını gördük. "Katılımcılara en sevdikleri yemeklerin listesini yapmalarını istediğimizde ortalama olarak 6 yemek ismi aldık. Bu listeyi 2 dakika içinde yapmalarını istediğimizde bu sayı 35'e çıktı. Katılımcılara türlü patates cipsleri ve bunları tasvir etmeleri için "iyi tasarlanmış"tan "renkleri güzel"e ve "sıradan"a uzanan bir dizi etiket verdik. Katılımcıların gelen rapora göre, tıklama sayısında 15% artış görüldü ve %50 daha fazla eğlensildi.</p>	Engage Research and GMI	Tüketiciye Yönelik Üretkenlik Oyunları	<ul style="list-style-type: none"> Tanımlayıcı sözcükte 2.4'ten 4.5'e artış. Cevap oranında %85'ten %98'e artış. Değerlendirilen sanatçı sayısında 83'ten 148'e artış. 6 yemek isminden 35'e artış 	Link
The great perfect T-Shirt-Debate	<p>Bu ve bunun gibi pek çok örnek "Oyunlaştırma: Ne kadar etkili?" slide dosyasında.</p>			<p>Katılımcı yüzdesi 68'den 83'e çıktı. İnsanlar- arası etkileşim %3'ten %37'ye çıktı. Ortalama kullanıcı etkinliği 1.5'ten 2.3'e çıktı.</p>	Link

TITLE	DESCRIPTION	COMPANY	TYPE	HARD FACT	LINK
Araya giren çevrim-içi video görüntüleri	Oyun mekaniğini kullanan, blurblQ videodaki soruların ve markaların sayısını artırarak video reklamlarını pasif bir katılımdan çıkarıp aktif katılıma dönüştürür. Cevap verilen marka soruları 30 saniyelik bir katılım üzerinden ortalama 3.39'dur.				
	Ziyaretçilerin %5'ine kadar olan kısmı arkadaşlarıyla bir şeyler paylaşıyor. Bunların %80'i facebook, %16'sı e-posta ve %4'ü twitter üzerinden paylaşıyor. BlurblQ şirketinin sahibi Scott Reese şöyle diyor;	blurblQ		BlurblQ'nün oyunlaştırma uygulamasına tabi tutulan izleyicilerin, markanın anahtar mesajını tek bir izlemeden sonra 2 hafta boyunca hatırladıklarını gösterdi.	Link
Student journalists get gamified	"Videoların arasına giren markaya ilişkin soruların kullanıcı ilgisini yok edeceğini düşünebilirsiniz. Ama bunun tam aksi oluyor. Daha uzun süreler izleyip, daha fazla cevap verip markanın vermeye çalıştığı "mesaj" hakkında daha çok şey hatırlıyor. Tüketicileri videodaki mesajı daha iyi anlamaya ve onunla etkileşimde bulunmaya teşvik ediyoruz"				
	New York Üniversitesi'nde gazetecilik bölümünden bir profesör, öğrencilerinin ilgisini çekmek adına çoklu oyun mekaniğini kullanır. Bunların arasında öğrencilerin 14 hafta boyunca takipçi sayılarını artırdığı ve 20'yi aşkın ödev teslim ettikleri sosyal medya yarışmaları vardır. Stray Boots adlı şirket aracılığıyla, ben de öğrencilerin yürüyerek oynanan bir oyun vasıtasıyla bölgenin tarihini öğrendikleri bir Wall Street define avcılığı oyunu organize ettim. Amerikan Bilimadamları Federasyon'u tarafından yapılan Eğitimsel Oyunlar 2006 zirvesinden çıkan bir rapor, öğrencilerin okuduklarının sadece %10'unu, işittiklerinin ise sadece %20'sini hatırladıklarını gösterdi. Sözel sunuma görseller eşlik ediyorsa bu rakam %30'a çıkmakta ve eğer işi açıklayan kişiyi aynı zamanda o işi gerçekleştirirken gözlemlerlese bu rakam %50'ye yükselmektedir. Ancak öğrenciler sadece bir tür simülasyon olsa bile işi kendileri yaparsa %90'ı akıllarında kalmaktadır.			Kolektif olarak 15 öğrencim okuma parçasına ilişkin 150 sorunun 77'sine doğru cevap verdi. (ya da %51.3) Define Avcılığı oyununda ise 150 sorudan 89'unu bildi. (ya da %59.3)	Link

TITLE	DESCRIPTION	COMPANY	TYPE	HARD FACT	LINK
-------	-------------	---------	------	-----------	------

**Çağrı
Merkezi**

Sanal çağrı merkezlerini işleten LiveOps şirketi, 20.000 çağrı merkezi temsilcisinin— Birleşmiş Milletler'in dört bir yanındaki bağımsız temsilcinin — performanslarını artırmak amacıyla oyunlaştırmayı kullanıyor. Geçen yıldan itibaren firma, temsilcilerini yaptıkları kısa ve öz görüşmeler veya tasfiye satışlar gibi gösterdikleri başarılar için sanal rozetler ve puanlar ile ödüllendirmeye başladı. Skorbordlar da, temsilcilerin birbirleriyle olan başarılarını kıyaslamalarına yardımcı oluyor.

LiveOps

LiveOps, Santa Clara California'nın Ürün Yönetimi Genel Başkan Yardımcısı Sanjay Mathur'a göre; oyunlaştırma sistemi uygulanmaya başladığından beri, bazı temsilciler çağrı süresini %15 civarında azalttı ve kimi satış temsilcilerinin gerçekleştirdiği satışlarda %8 ila %12 arasında bir artış görüldü.

Link
Link

TITLE	DESCRIPTION	COMPANY	TYPE	HARD FACT	LINK
-------	-------------	---------	------	-----------	------

Oyunlaştırmaları

Platform, daha ilk haftasında %80 oranında kabul edildi. Ayrıca; bu platformu kullananların ortalama %9 daha fazla müşteri memnuniyetiyle, kullanıcı olmayanları %23 oranında geçtikleri görüldü.

Yapılan sonraki ölçümlerle oyunlaştırmanın, eğitim süresini ortalama 4 haftadan 14 saate kadar düşürdüğü kanıtlandı. Bu neredeyse 3,5 haftalık bir verimlilik kazanılması demektir.

TITLE	DESCRIPTION	COMPANY	TYPE	HARD FACT	LINK
Finans sektöründeki B2B Şirketler (B2B, yani Business to Business, internet üzerinde şirketler arası satış uygulamalarına verilen addır.)	Finans sektöründe yeni bir websitesi açılabilmesi için, "Kill the Paper Invoice" oyunu piyasaya sürüldü.	Sharedserviceslink		Kampanyanın ilk ayından sonra: Websitesinin tıklanma sayısında %108.5 oranında artış Websitesinin ziyaretçi sayısında %99.8 oranında artış Kampanyanın ikinci ayından sonra: Websitesinin tıklanma sayısında %95.9 oranında artış Websitesinin ziyaretçi sayısında %81.4 oranında artış Diğer sonuçlar: %34 oranında üyelik artışı Oyun sayfası ziyaretinden veri toplama %9.38 sohbet oranı Skorborda girenlerin %19.7'nin oyunu başka bir meslektaşına göndermesi İş kullanımında ve benimsemesinde %250 oranında artış	Link
OpenText	Sosyal benimseme ve kullanım için bir topluluk liderlik sıralaması yaptı.				Link

TITLE	DESCRIPTION	COMPANY	TYPE	HARD FACT	LINK
Buffalo Wild Wings	Facebook ve Twitter aracılığıyla 100 milyondan fazla etki yaratmış bir kampanya			İlk 3 hafta: 30.000 oyuncu 3 ay: 184.000 oyuncu Her 3 oyuncudan 1'i tekrar oynamak için geri dönme-kte Katılımda %500 oranında artış	Link
Facebook/ Farm-ville'de Green Giant	Oyunlaştırılmış Sebzeler	www.farm-villefreak.com		420.000 adet "like" aldı.	Link
Playboy	Miss Social için oylama			Tüketimin 4 ay içinde ikiye katlanması %85 oranında yinelenen anlaşmalar Bir önceki aydan diğer aya gelirlerde %60 oranında artış Aralık 2010 - Mart 2011 arası aktif kullanıcılarda 80.000 kişilik büyüme	Link
American Express Nextpedition	2 Milyonun üzerindeki travel signrack'inizi bulmak			2 milyon 'like' aldı.	Link
Idea Street	Birleşik Krallık Çalışma ve Emeklilik Müsteşarlığı'nın, organizasyondaki 120.000 kişi tarafından farklı fikirler üretilmesi ve inovasyonun yayılması amacıyla hazırladığı "inovasyon" oyunu.			İlk 18 ay içinde, proje yaklaşık 4.000 kullanıcı elde etti ve üretilen 1.400 fikirden 63 tanesi müsteşarlık bünyesinde uygulamaya kondu.	Link

TITLE	DESCRIPTION	COMPANY	TYPE	HARD FACT	LINK
Objective Logistics	<p>Oyun teknikleri, puanlama sistemi, skorbord ve "buzz index"lerden oluşan bir sosyal işbirlik platformudur.</p> <p>Yapılan satış, bahşiş, anket ve elde edilen kazanç kriterlerine bağlı olarak, restoran personel performanslarının otomatik olarak belirlenmesidir.</p> <p>"Restoranlarda, en tepedeki %10 çalışan her hesaba 8.54\$ eklerken, en alttaki %10 kesim ise 7.21\$ hesaptan düşüyor. Bir çok durumda, bu tablo daha da uç değerler teşkil ediyor. MUSE rekabetçi bir ortam yaratır ve böylelikle en alttakini ortaya, ortadakini de yukarıya taşır. Biz ilk başta satışlarda %2 ila %4 arasında bir artış bekliyoruz." Pek çok sistemin yaptığı gibi talebi öngörmek ve ona göre garson çalıştırmak yerine, yazılım çalışanların performansını izler. Bu izleme müşteri başına olan satış, memnuniyet ve bahşişlere göre olmaktadır. Yüksek puanlı çalışanlara daha çok masa verilir ve tercih ettiği bir çalışma programı verilir. İş en iyi çalışana sunarak restaurant tüm çalışanlarını motive eder ve kar eder.</p>	www.objectivelogistics.com		<p>Not Your Average Joe's restoran zincirinin genelinde aşağıdaki veriler elde edilmiştir:</p> <p>Satışlarda %1.8 oranında artış</p> <p>Bahşişlerde %11 oranında artış</p> <p>Bunu söylemek çok erken; fakat hesap ortalamasının %2 ila %3 oranında müşteri başına 17\$'dan 17.50\$'e kadar artması düşünülüyor.</p> <p>Bu rakam, haftada 60.000 satış üzerinden, yılda yaklaşık 1.5 milyon \$'lık muazzam bir kazanç demektir.</p> <p>Ayrıca, müşterilerin daha yüksek puan almış personeli tercih ettiği görülmüştür ve bu sistem bütün personellerin gelişimine yardımcı olacağından müşterilerin daha sıklıkla uğraması muhtemeldir.</p>	<p>Link</p> <p>Link</p>

TITLE	DESCRIPTION	COMPANY	TYPE	HARD FACT	LINK
Chevrolet Volt	<p>Chevy Volt, sürücülere sürüş esnasında görsel geri bildirim (feedback) vermek amacıyla kontrol panelinde yeşil/amber rengi bir gösterge (sağ üst resim) kullanmaktadır. Gaz pedalına çok yüklendiğinde, yeşil top yukarı hareket ederek amber renge dönüşmektedir.</p> <p>Frene yüklenildiğinde ise (enerji geri kazanım ünitesinin tekrar şarj etmeyi önlemesi amacıyla) yeşil top aşağı inerek yine amber renge dönüşmektedir. Burada zor olan tabiki topu yeşil ve sabit tutmaktır.</p>			<p>226 adet ikaz işareti testi boyunca Lanarckshire'daki hız limitini aşan insan sayısı %53 oranında azaldı.</p>	Link
Insideview	<p>Biz bunu firma olarak sosyal medya kullanımını teşvik etmek istediğimiz zaman şirketimiz dahilinde InsideView'da görmüştük. Devreye sokmamız gereken tek oyun düzeneği, en aktif çalışanları Twitter üzerinde gösteren aylık e-postalardı.</p> <p>Bu şirket dahilindeki "Birinci" olma rekabeti, çalışanlar tarafından yapılan güncelleme sayısını %312 oranında yükseltti.</p>	InsideView		<p>En üst düzey çalışanları gösteren aylık bültenler, Twitter güncelleme sayısını %312 oranında arttırdı.</p> <p>Yarışmadan önceki 4 haftada, hafta başına olay raporu sayısı sürekli olarak 50 iken, yarışmanın olduğu hafta birden 85'e yükseldi.</p>	Link
ePrize	<p>Nadiren olay raporu tutan bir grup satış personeli.</p> <p>Grup içinde, neredeyse hiç olmayan ve beklenmeyen bir şekilde haftada 10 defa olay raporu tutulacaktı. Takım kendi eski yöntemleriyle daha rahattı ve bunları değiştirme taraftarı değildi. Biz de bu yüzden, her raporun bir puan alacağı oldukça basit, bir haftalık satış yarışması düzenledik. Kim o hafta en yüksek puanı alırsa, karşılığında güzel bir akşam yemeği için 100\$ değerinde hediye çeki kazanacaktı. Takımın durumdan haberdar olabilmesi için yarışmanın skoru ve durum güncellemeleri günlük olarak paylaşılacaktı.</p>			<p>Yarışmadan önceki 4 hafta sonra, olay raporu sayısı haftada 60 civarında sabitlendi, yarışma öncesi durumdan %10'luk bir artış görüldü.</p>	Link

TITLE	DESCRIPTION	COMPANY	TYPE	HARD FACT	LINK
Samsung Nation	<p>Örneğin; Samsung, müşterileri tarafından websitesinde yapılan ürün değerlendirmelerini arttırmak amacıyla Badgeville ile anlaştı. Bu iki firma, kullanıcılarına websitesinde yorum yazma ve video izleme gibi aktiviteler karşılığında rütbe kazandıran ve ödüller dağıtan sosyal bağlılık programı Samsung Nation'ı piyasaya sürmek için güçlerini birleştirdi. Kendi teknolojileriyle birlikte Badgeville'in platformunu kullanan Samsung, müşterilerinin ürün değerlendirmelerinde %500 bir artış yakaladı.</p>	Samsung Nation		Müşterilerin ürün değerlendirmesinde %500 oranında bir artış	Link
allkpop	<p>allkpop – Kore Pop kültürü için hazırlanan çevrimiçi haber sitesi (öncelikli olarak, virüs gibi yayılan yeni pop müzik akımı K-Pop'a odaklanır)</p>	allkpop		Oyun düzeneğinin allkpop'ta hafta boyunca yayınlanan uzun tanıtımları sonucu, paylaşımlarda %104, yorumlarda %36 ve sayfa sayısında %24 artış görüldü. Bu durum sitenin trafiğinde uzun süreli ve devamlılığı olan bir etki yarattı.	Link
Keas	<p>Keas, sosyal medyanın ve çevrimiçi oyunların en iyilerini bir araya getirerek daha mutlu, sağlıklı ve bağlı çalışanlar yaratmayı hedefleyen bir Personel Sağlık Programı'dır. Firmanızın sosyal sağlık devrimine katılmasının şimdi tam zamanı.</p>	Keas		Keas sağlık davranışını değiştirip, siteyi oynulaştırma yöntemine dönüştürdüğü zaman kullanıcılarının bağlanma oranı 100 kat arttı.	Link

TITLE	DESCRIPTION	COMPANY	TYPE	HARD FACT	LINK
Dosome-thing.org	Çevrimiçi'nin etkisini kullanarak gençlerin sanal ortam dışında iyi şeyler yapmasını sağlamak	Dosome-thing.org		Dosome-thing.org'un %26'lık bir cevap alma oranı vardı. Kıyaslama yapılırsa, kullanıcılarının %2'si ile %3'ü "pazarlama" tekliflerine cevap veriyordu. Geçtiğimiz 3 yılda Blue Shield çalışanlarının % 80'i, Wellvolution sağlık programlarından en az bir tanesine katıldılar. Bu süreçte, sigara alışkanlığında %50 düşüş ve düzenli olarak fiziksel aktivitede bulunmada aynı oranda bir artış görüldü. Yüksek tansiyon görülme sıklığı üçte iki oranında düşerken, çalışanlar arasındaki fiziksel şikayetlerde azalma görüldü.	Link
Wellvolution	Wellvolution (Shape Up Shield ve diğer programlar dahil olmak üzere) çevrimiçi bir platform üzerinden; çalışanların takım oluşturup, forumlara yorum yazıp, hem ekip hem de kişisel olarak fitness hedefleri koyabildikleri ve ayrıca sanal bir "çak beşlik" sistemiyle cesaretlendirildikleri, sosyal medya bazlı 8 haftalık bir programdır.	Wellvolution Shape Up Shield			Link

TITLE	DESCRIPTION	COMPANY	TYPE	HARD FACT	LINK
Birleşik Krallık Çalışma ve Emeklilik	<p>Müşteralık, yenilik yönetimi çözümleri üreten Spigit firması ile anlaştı. Spigit ve Gardner'ın ajansı, 2007 yılında müşteralığın Idea Street adlı girişimini yaratarak idari süreçlerini oyunlaştırdılar.</p> <p>Britanyalı memurlar bu sanal ticari platform aracılığıyla, yeni fikirleri sanal bir kur üzerinden hem alıp hem satabiliyorlardı. İlerleyen süreç ise, platformdaki diğer kullanıcıların yardımıyla, 'fikir üretme'nin kazanca dönüşmesini sağlamaktı.</p> <p>Yorum yapanlar ve değişikliklerin yürütülmesine yardımcı olanlar daha fazla puan biriktirmekte ve hatta terfi ile ödüllendirilmekteydi. Bir keresinde bir çağrı merkezi çalışanı, dahili pazarlama ürünleri tasarlama fikriyle geldiğinde bu fikri, Müşteralık Başkanlığı Ofisi'ne transfer edilmesiyle sonuçlandı.</p>			Müşteralık iş sürecinde yenilik yaparak, 9 aydan kısa bir sürede 41 milyon \$'lık maddi tasarruf sağladı.	Link

TITLE	DESCRIPTION	COMPANY	TYPE	HARD FACT	LINK
				Sigorta primlerindeki artışı azaltıp bütün şirketin çalışma performansını artırarak zaiyatı %50 ve devamsızlığı %80 oranında azalttılar.	
CaLLogix	<p>Ana ofisi (bir bağlantı merkezi için oldukça pahalı bir coğrafi bölge olan) New Hampshire'da bulunan zayıf bir bağlantı merkezi firması CaLLogix'in Başkanı hedeflerinin, müşterilerin değişen taleplerine duyarlı, onlara özel çözümler sunan ve kazanç sağlayan bir firma olduğunu söylüyor.</p> <p>Zaiyat, devamsızlık ve artan sağlık harcamalarının, firmanın hizmetini ve zarar durumunu olumsuz yönde etkilediğini belirtiyor. Üstün hizmet sağlayabilmelerinin, çalışanların merkeze gelen önemli aramaları cevaplayabilmelerine bağlı olduğunu da ekliyor.</p>			<p>200 kişilik bir bağlantı merkezinde, bir günde 15 çalışanın gelmemesi durumunda 15 kişinin cevaplama gereken aramaları telafi etmek için çırpınıyorlardı. Consciousness @ CaLLogix (CaLLogix'te Bilinçlilik) adlı iyileştirme programını uygulamadan önce günde ortalama 15 devamsızlık yaşanırken, bugün ortalama 2 devamsızlık yaşanıyor. Firma, programın ilk yılında 380.000\$ kazanırken bu rakam personel başına 2.000\$'a karşılık gelmektedir. Üstelik, geçtiğimiz 8 ayda iş hacmindeki büyük azalmadan dolayı, genel aylık işe alım eğitimlerini gerçekleştirme</p>	Link
EMC	EMC kendi topluluğunu Badgeville adlı oyunlaştırma platformuyla oyunlaştırdı.	EMC Community Network		Tartışmalara karşı verilen cevaplarda %25 artış (ilk 2 haftada)	Link
Beat the GMAT	<p>Çevrimiçi bir topluluk olan MBAMWatch.com, herhangi bir MBA programına kabul edilmek isteyen öğrencilerin şanslarını arttırmalarına ve diğer adaylarla aralarında mukayese yapmalarına olanak sağlar.</p> <p>Oyunlaştırmayla birlikte Beat the GMAT çarpıcı bir biçimde sosyal paylaşımı arttırdı ve kullanıcı katılımını teşvik etti. Oyunlaştırma tekniklerinin uygulanmasıyla birlikte, sitede 1.500 yorum artışına ve 900'den fazla üyenin favori okullarını her ay takip ettiklerine tanık oldu.</p>	MBAMWatch.com		<p>Beat the GMAT ayrıca, ziyaret başına girilen sayfa sayısında %195'lik bir artış yakaladı. Kullanıcıların sitede geçirdikleri süre %370 oranında arttı.</p>	Link

TITLE	DESCRIPTION	COMPANY	TYPE	HARD FACT	LINK
MathLand	Bir özel eğitim öğretmeni, öğrencilerle yaşadığı problemleri çözmek için oyun düzenekleri kullandı.			MathLand, eyalet çapındaki değerlendirilmede öğrencilerin %17 oranında gelişim göstermesini sağladı. Devamlılık ilk 2 yılda %13 arttı. "Standart Test" sonuçlarında, 3 yılın sonunda %22 oranında iyileşme görüldü.	Link
Verizon Wireless	Verizon Wireless, kullanıcılarını siteyle daha sıkı bir bağ kurmaları için rütbeyle ödüllendiren Gigya Sosyal Oyunlaştırma Platformu'nu uyguladı. Bu Verizon Wireless'a insanlara makaleler hakkında yorum yapmaya teşvik etme imkanı sağlıyor.			Sitenin %50'den fazla kullanıcısı oyunlaştırma platformuna katıldı. 'Social Login'den oturum açan kullanıcılar eski metoda nazaran sitede ortalama %30 daha fazla zaman geçirdiler. Ayrıca, bu 'Social Login' kullanıcıları diğer kullanıcılardan %15 daha fazla sayfa görüntülenme sayısı sağladılar.	Link
AstraZeneca	Go To Jupiter, 500 temsilciye yeni bir ilacı tanıtmak amacıyla kullanılan Oyun Bazlı Öğrenme Formülü'dür. Astrazeneca temsilcileri birinci olup Stadium'a erişmek için (ilacın resmi açılış etkinliği olan ve temsilcilerin uzaktan kumanda sistemini kullanarak soruları yanıtlayıp sıralamadaki yerlerini yükseltmek için yeni puanlar kazandığı yer) puan toplamak zorundadırlar. Oyunda, temsilciler hem soruları cevaplayarak hem de yeni bir ürünün özellikleriyle ilgili farklı mini oyunlar oynayarak puan kazanabilirler.			Yüksek kullanım oranı (%97) Platformu çalışma saatleri dışında kullanan temsilcilerin büyük bir çoğunluğu tüm eğitim seansını tamamlayan kullanıcıların %95'ini oluşturur.	Link

TITLE	DESCRIPTION	COMPANY	TYPE	HARD FACT	LINK
MTV Italia	Avatar, puanlama ve liderlik sıralaması gibi çeşitli 'oyun dinamikleri'ne dayalı izleyici kaynaklı video listesi Uygulamanın temel amaçları: a) Kullanıcıları Facebook'tan televizyona yönlendirmek; b) Varolan televizyon izleyicisini kemikleştirmek.			3 aydan kısa bir sürede 500.000'den fazla oy 150.000'den fazla video görüntülenmesi	Link
Nickelodeon - Nicktv	Oyuncuların bir kahraman seçip farklı mini oyunlar oynayabildiği ve "NickRace" adında özel bir yarışması bulunan web oyunu			2 ay içinde 7.500.000 sayfa görüntülenme sayısı, bütün nicktv.it websitesinin iki katı Çoğunluğu Facebook kullanıcısı olan 50.000'den fazla kayıtlı kullanıcı 2 ay içinde 4.000.000'dan fazla oynanma Websitesinde geçirilen sürenin %25 oranında artışı	
Muchmusic.com	Badgeville ile oyunlaştırılıp Steve Sims tarafından Engage2012'te sunuldu.			%21 oranında kayıtlı kullanıcı artışı Sitede günlük kalma süresinde %33 artış Kullanıcı davranışlarında %59 artış Sohbetlerde, aydan aya %18 artış	
Sneakpeek.com	Badgeville ile oyunlaştırılıp Steve Sims tarafından Engage2012'te sunuldu.			%935 oranında beğenilmede artış %590 oranında paylaşımada artış	Link



Bulgular

Çalışma yerinde kahve makinesini temizlemek ya da danışmanlık yapmak gibi işlerle bireylerin becerilerinin güçlenmesine motivasyon sağlayan örgütsel vatandaşlığa ilişkin oyunlar, gündelik sorumluluklar çerçevesinde bireyleri ödüllendiren oyunlardan daha başarılıdır. [4]

İyi oyun tasarımları, üretkenlik oyunları açısından iyi sonuçlar verir. “Diyelim bir parçacığı oluşturmaya çalışan iki tane oyuncu var; birininki diğerininkinden daha uzun sürüyor. Eğer yavaş olan ödül için uygun değilse muhtemelen oyundan çıkacaktır. Ben onun çıkmasını değil devam etmesini istiyorum. Dolayısıyla, herkese bir sonraki oyun ya da bulmaca için kilidi açan bir şifre vermek kişiyi bir ödülde daha iyi motive eder.” [4]

Durmadan oyun oynama arzusuna karşı uyarı. “İnsanlara aşırı derecede oyun oynatabilirsiniz, çünkü onların keyfi zamanlarını kullanmış olursunuz. Bu keyfi zaman, iş başında yapılan görevlerin arasındaki mola bile olsa (genellikle Farmville oynarlar) onlar bu molayı, normalde yapacaklarının yerine, sizin üretkenlik oyununuzu oynayarak geçirirler. Dolayısıyla, biz kendi oyunlarımızı 2 ya da 3 haftalık aşamalarla yürütüp, daha sonra onlara yenilenme zamanı tanımak için bir süreliğine ara veriyoruz. [4]

