



Cómo conseguir
**CLIENTES
ADICTOS**
a tu negocio

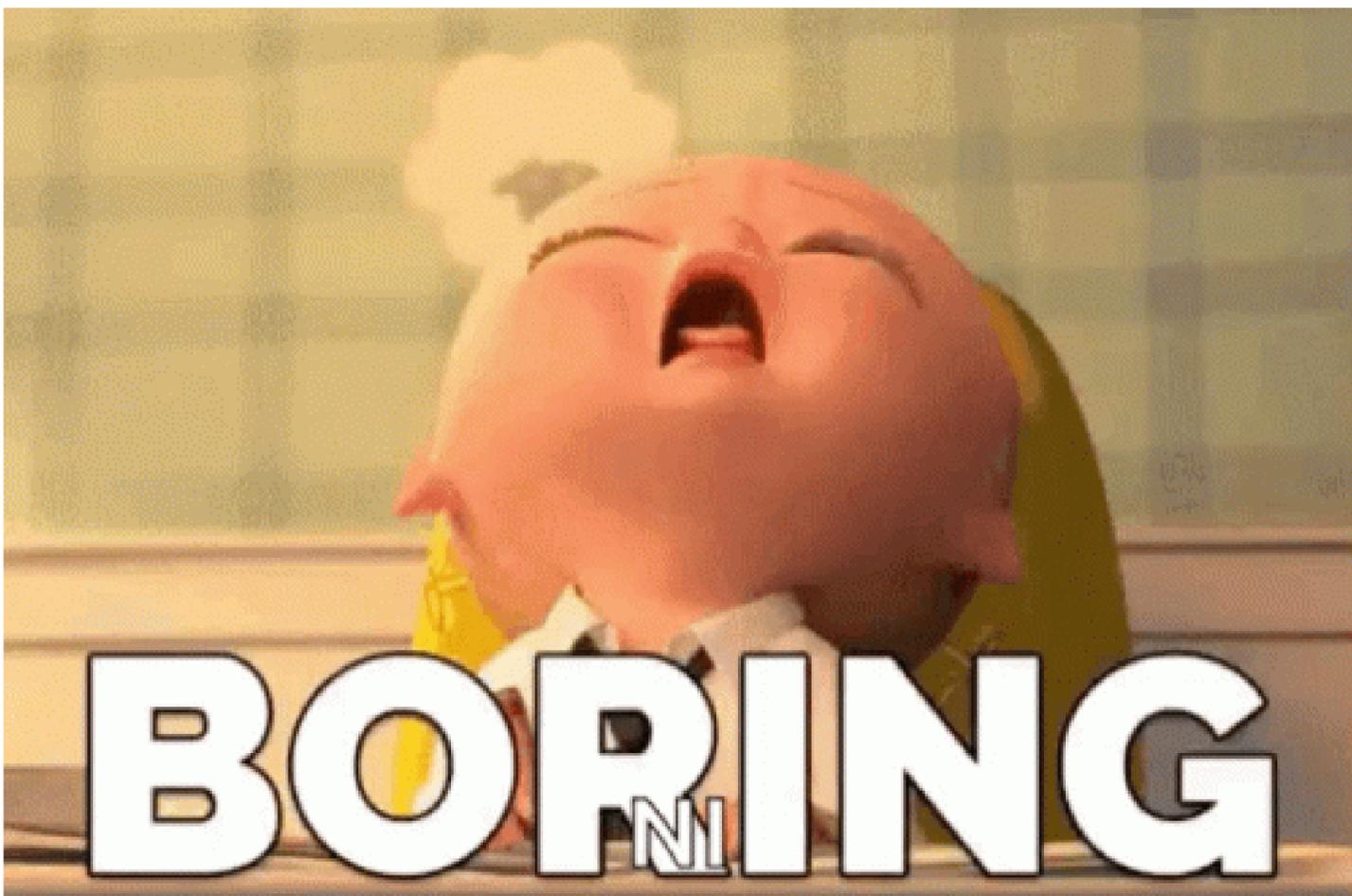
MARKETING EN 2023

Tú por redes: “Oh, mira, es otra publicación en las redes sociales o un post de marketing que grita: “¡Es tu ÚLTIMA OPORTUNIDAD!”...

Tú por redes 1 min después:
Borrar. Dejar de seguir a esa cuenta. Ignorando.

Si esto te suena, no está solx.

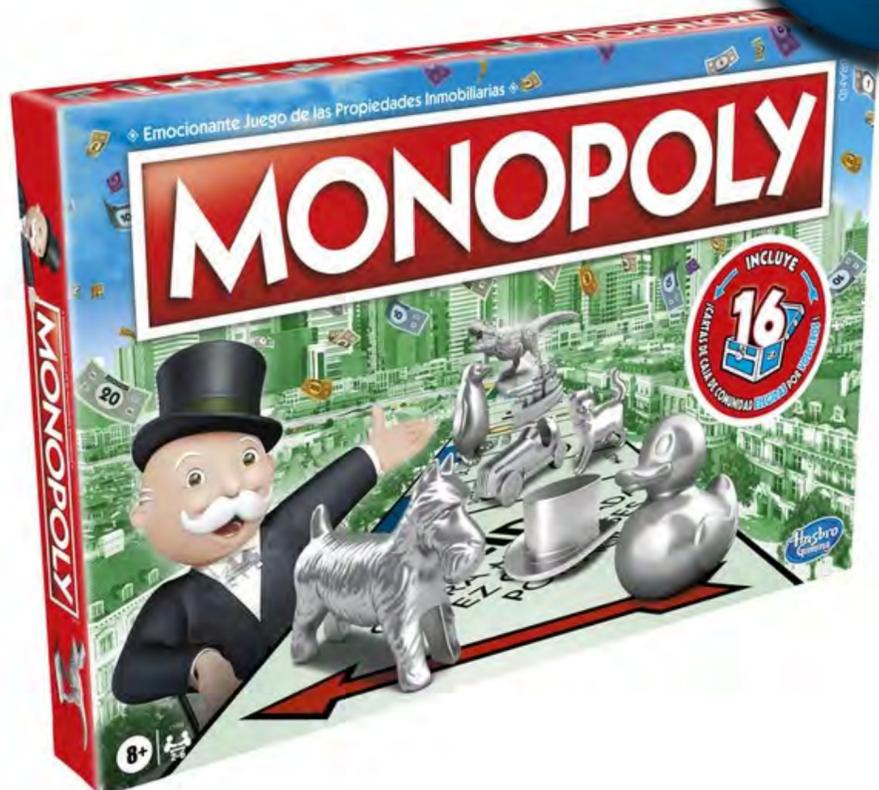
Lo que pasa es que tus clientes piensan lo mismo.





¿Pero a que con **Candy Crush** o **Virus** o a cualquier otro juego le dedicas mucho **más de 5 minutos?**

No existe nada más a parte del juego una vez que empiezas.



Ahora imagina que puedes aprovechar ese tipo de poder para **captar la atención de los clientes de forma indefinida** (adicción positiva)

Ese es el poder de la gamificación. ⚡ ♟



7 ELEMENTOS DEL JUEGO PARA GENERAR ADICCIÓN POSITIVA

*CAUTION: Para que funcionen estos elementos necesitas apelar a la motivación extrínseca y, primordialmente la intrínseca.

Te dejo un vídeo si no sabes de qué hablo

[Link aquí](#)

LET'S
GO!



1

Puntos

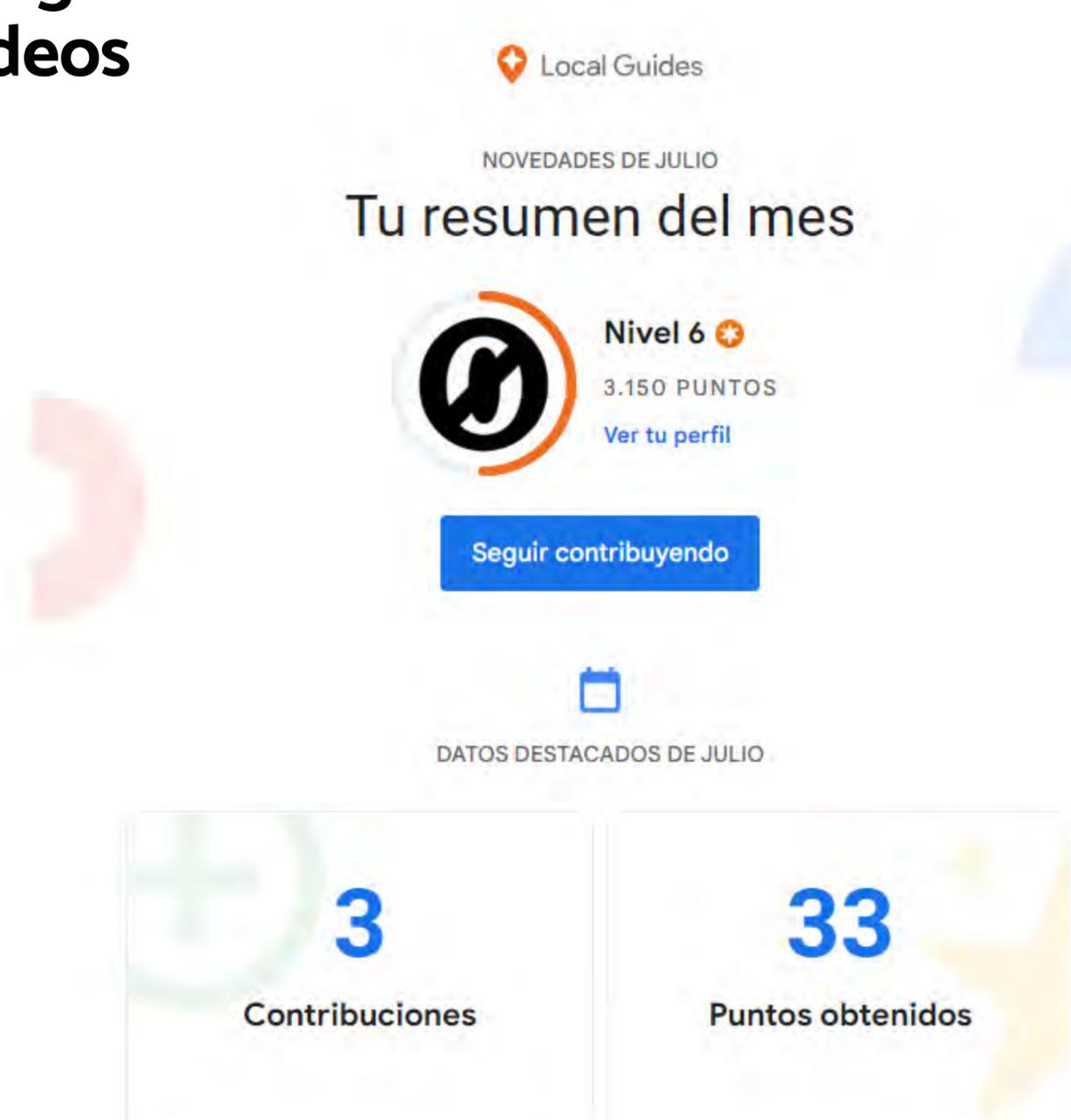
Los usuarios pueden acumular puntos al ganar un reto o cada vez que compran algo.

Los puntos pueden canjearse por algo de valor para ellos o que les proporcione un sentimiento de realización.

¿Un ejemplo?

Google maps te da puntos que puedes canjear por beneficios como almacenamiento en Google Drive y otras opciones, cada vez que realizas una acción como:

- ★ Escribir una reseña
- ★ Subir una foto
- ★ Responder a un comentario
- ★ Añadir lugares
- ★ Subir vídeos



2

Insignias

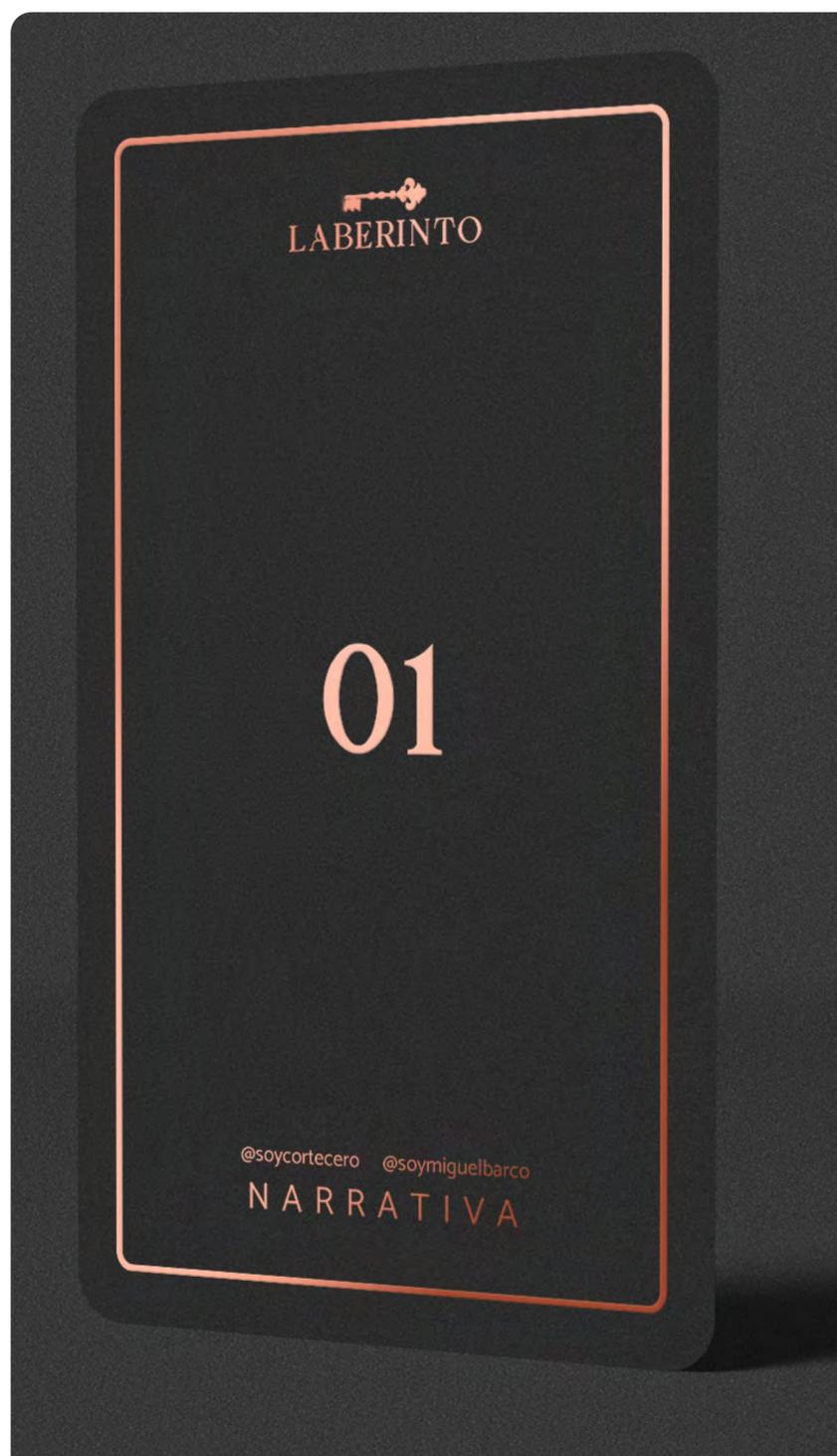
Entrega a los clientes insignias por haber logrado algo.

Esto es lo que nosotros hacemos en los eventos, en LABERINTO al terminar el día recibes una tarjeta de acceso con puntos que te permitirán acceder al 4º día.

Este tipo de recompensas tienen que ir asociado a un tipo de motivación específico.

Como el sentimiento de desarrollo, tenemos un tema entero para este tipo de motivación en DIMENSIÓN.

La consigues cuando llegues al final, no te preocupes



3

Niveles

Apela al sentido de logro de los clientes ofreciendo mayores recompensas por ahorrar más puntos.

Piensa: con 200 estrellas de Starbucks en lugares como México podrías conseguir un sándwich gratis... es un decir.

Ojo, para construir esto necesitas conocer MUUUUUUUUUUUUUUUUY BIEN los tipos de players de tu audiencia.



La forma más rápida y segura para disfrutar tus favoritos.

4

Moneda virtual

Inventa tu propia moneda para usarla sólo en tu negocio y utilízala para recompensar a los compradores frecuentes, como hizo Kohl's con Kohl's Cash.

Evidentemente esto funciona muy bien en tiendas online, PERO, porque no saben cómo implementarlo de forma intrínseca en las formaciones.

Piensa, utiliza el sistema de puntos como una moneda que sólo puedes **canjear dentro de tu "universo"**, en productos, infoproductos o, **incluso, en servicios.**

Echa un ojo al vídeo de KOHL'S



5

Tablas de clasificación

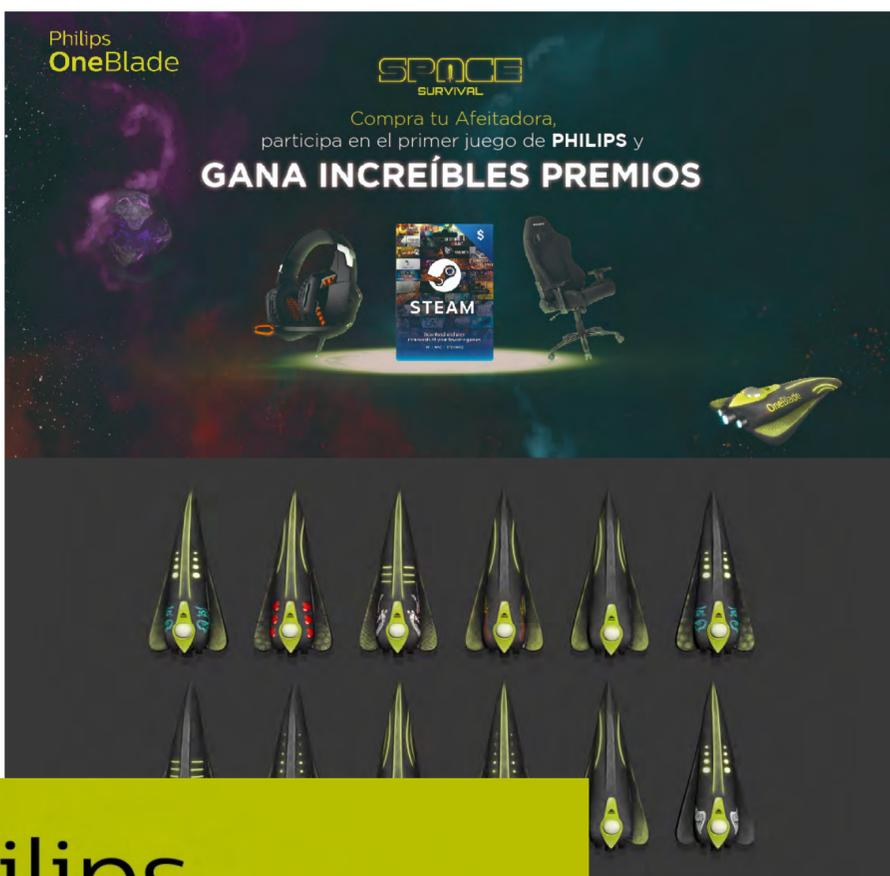
Publica los nombres y las puntuaciones de los “jugadores” en tu comunidad para fomentar la competición.

(Siempre que tu target tenga el Roll de competidor)

A nivel técnico hay todo un mundo sobre los tipos de Rankings, la competición es un factor decisivo en las acciones en las que se implementa estos elementos.

Habrà que entender cómo fomentar una competición sana...o insana si es nuestro objetivo

Otro Caso de Éxito



Philips
OneBlade



6
7

Cuentas atrás y Barras de progreso.

Parece muy obvio pero estos elementos han hecho que algunos negocios como LinkedIn aumenten hasta un 200% la obtención de datos de sus usuarios

Reta a los jugadores a completar una tarea en un plazo determinado.

Genera urgencia y **motivarás a que tomen decisiones.**

Muestra el progreso del cliente **para alcanzar el siguiente nivel.**

Profile Strength: Intermediate



Which university or school did you attend?

Add your school so that classmates and alumni can easily find you

Does not apply

Add education

All Star

35

Search appearances

LinkedIn Progress Bar & Badge

LinkedIn 

Toca aplicar

Ya tienes **7 nuevos elementos** que puedes aplicar, sé que hay que implementarlos de forma estratégica, para no generar confusión.

Para eso está DIMENSIÓN, el único programa de formación para emprendedores que te saca del laberinto y te impulsa a generar clientes más ADICTIVOS a tu negocio que al chocolate.

DIMENSION

Tanto si tomas la decisión de entrar en DIMENSIÓN o no, nos vemos en

@soycortecero

@soymiguelbarco