

《企業遊戲化》

图书基本信息

书名：《企業遊戲化》

13位ISBN编号：9789863410381

出版时间：2014-1

作者：蓋伯·季徹曼（Gabe Zichermann），喬瑟林·林德（Jaoselin Linder）

页数：257

译者：張妹蕙

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《企業遊戲化》

內容概要

美國總統羅斯福（1882 ~ 1945）：

「玩的時候要用力玩，工作的時候，一點都不要玩。」

《企業遊戲化》（2014 ~ 更美好的未來）：

「玩的時候要用力玩，工作的時候，要更用力玩！」

遊戲化（gamification）並不是什麼高深學問，而是個應用概念，核心理念就是用遊戲的方式，引起參與者的興趣，並自動自發達到遊戲設計者的宗旨。從拿破崙贏得戰爭，NIKE+帶起慢跑風潮，到憤怒鳥席捲全球，都離不開它的範疇。現在，運用在商業市場上，更可以提升顧客忠誠度及員工向心力。這種激勵行為，將會是企業邁向成功的墊腳石！

企業遊戲化適用於所有的世代，

不論是5年級，還是90後；

遊戲化浪潮也將顛覆你的舊有思維，

只要你想做出改變，企業遊戲化將帶你前往嶄新的未來！

就讓我們來瞧瞧，究竟企業遊戲化可以帶你前往何處？

如果你是未曾上網打寶的4、5年級生：

藉由遊戲化策略，你將會發現市場「新藍海」，重拾領袖風範！

如果你是曾泡在網咖的6、7年級生：

透過遊戲化管理，你將成為8、9年級的「美國隊長」，突破「天花板」困境。

如果你是滑著手機長大的8、9年級生：

了解遊戲化精神，你將學會邊做邊玩，玩出成就，玩出「薪價值」。

書中提出精采的個案研究、最佳做法與最實用的工具，你將學到此波遊戲化浪潮的規則與精髓，並知道如何用來激發部屬潛力與顧客的熱情參與。最重要的是，你的組織將隨時準備好發揮即戰力！

《企業遊戲化》

作者簡介

蓋伯·季徹曼 (Gabe Zichermann)

季徹曼 (Gabe Zichermann) 是專門設計顧客與員工參與策略的頂尖專家，現為遊戲化公司 (Gamification Co) 執行長，也是專業遊戲化設計顧問公司多巴胺公司 (Dopamine) 創辦人之一，同時擔任遊戲化高峰會 (GSummit) 主席，協助創造全球社群，推廣參與科學與經驗設計。

喬瑟琳·林德 (Joselin Linder)

林德 (Joselin Linder) 作家，曾經營小企業。2010年與季克曼合著《遊戲行銷》(Game-Based Marketing)，文章散見美國公共廣播電台 (NPR) 的《美國生活》(This American Life) 和《晨間新聞》(Morning Edition)。林德另外受聘撰寫兩性、幽默與遊戲方面的書籍，作品亦散見美國線上網站 (AOL) 的固定專欄與遊戲化公司網站 (gamification.co) 的部落格。

譯者簡介

張美惠

臺大外文系畢，輔大翻譯研究所肄業，現從事專職翻譯。曾獲梁實秋文學獎譯詩組佳作，譯作《Y染色體：男子漢的本質》獲第三屆吳大猷科普著作獎 (翻譯類佳作獎)。譯有《EQ》、《綠色EQ》、《破壞性情緒管理》、《Wealth 3.0 托佛勒 財富革命》、《你的桶子有多滿？》、《我願意陪伴你》、《旁觀 杜拉克》等書。

書籍目錄

前言

第1部 遊戲化是致勝策略

第1章 搞革命要靠遊戲化

拿破崙的有獎徵答

麥當勞的大富翁遊戲

抵抗不了遊戲，就加入遊戲

你的顧客正在改變

現在的孩子是用遊戲養大的

讓遊戲為你穿透雜訊

用「練功」幫你提升績效

遊戲化是什麼？

遊戲化不是什麼？

推動遊戲化，迎接未來變化

第2章 做事業要會遊戲化

社群網站威脅了汽車業？！

成功運用遊戲化的三大模式

第3章 訂策略要懂遊戲化

設定遊戲結局

建立遊戲情境

激發參與熱忱

讓人變更聰明

第2部 吸引員工的參與和投入

第4章 士氣加分，提振員工表現

Ekins：創造快樂的文化

目標百貨：讓結帳變成一種遊戲

激勵管理者，要玩不同的遊戲

遊戲化也能用在組織改造

重點是，要讓人自己想要加入

第5章 創意爆發，激發創新能力

用競技點燃創意

用模擬孕育創意

用玩樂變出創意

第6章 人才濟濟，改變招募與培訓

谷歌：把人才招聘變好玩

萊雅：用遊戲規劃職涯

品牌激盪：透過遊戲來徵才

萬豪酒店、達美樂：把公司介紹遊戲化

用遊戲達成有效訓練

藉遊戲降低訓練成本

訓練遊戲：暗影幽靈崛起

學習的四道門：在遊戲中善用選擇

學習過程也要遊戲化

利用模擬遊戲進行訓練

第7章 身心健康，鼓勵員工健身

良性壓力與多巴胺

遊戲與工作結合：減壓

明躍的員工健身遊戲

簡單小方法，就能鼓勵追求健康

用遊戲推動健康，要注意陷阱

成敗就在員工的健康快樂

第3部 爭取顧客的連結、參與和貢獻

第8章 抓住眼睛，須穿透消費雜訊

抓住人們的注意力

第9章 天天惠顧，要維持長期顧客參與

練功的定義

建立強大的參與循環

讓內容時時保持新鮮

善用有意義的誘因

針對個人需求，滿足掌控感

創造持續的學習機會

讓忠誠度帶來獲利

第10章 群眾外包，由顧客帶動創新

讓人改變行為

客服與社群：降低成本與提高品質

激發創新與構想

驅動新產品的研發

結語

邊讀邊玩的解答

《企業遊戲化》

精彩短評

1、邊讀書邊玩互動Good ~

2、这本书虽然没有给到很多实质性的框架内容，但是有大量的案例启发，特别是针对游戏化的本质（荣誉、成就），对于做企业对于做产品还是相当有参考价值，更多是属于思维启发方面的书籍。具体需要落地就需要自己去了解相关企业的做法，自己去设计和尝试了。

3、相较其它在游戏化议题方面讨论进行讨论的书籍，本书的侧重点在于从游戏和游戏设计中借鉴核心的思维方式以及人类行为中对于游戏偏好的利用，来重新定义和设计传统的企业策略流程和工作计划，以期削減运营成本，同时提高绩效表现。

最大的不同在于，作者反复强调游戏化不等于把一切都变成游戏，从项目的角度来看，事实上游戏化只是新颖项目管理思维方式的一种，其核心依然扎根于传统的企业管理，只是对过时的管理手法和工具进行扬弃和改良。

相对介绍游戏化的入门类书籍，本书有意识的将游戏化实例和具体的游戏化思维，以及希望达到的目的进行了良好的结合，非常适合当代项目管理从业者进行参考和借鉴。

《企業遊戲化》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:www.tushu000.com