

#KATALOGGIER

ŚWIEŻE, SOCZYSTE, POŻĄDANE PRZEZ KLIENTÓW

gOffline Omnichannel Games

KATALOG GIER Q2 2016



Katalog Gier

Opinie o Grach

Kontakt

Poznaj i zastosuj Gry Zakupowe:

- [CHF.1;CHS.1] ankietowanie + nagradzanie
- [CHF.2;CHS.2;CHP.2] plebiscyt marek - typowanie/gra strategiczna
- [CHF.3;CHS.3; CHP.3] wyścig paragonowy
- [CHF.4; CHS.4; CHP.4] quizy dla całej rodziny
- [CHS.5;CHP.5] all-u-can-eat
- [CHS.6; CHP.6] pojedynki marek
- [CHS.7; CHP.7] inwazja rabatów (gra omnichannel)
- [CHS.8; CHP.8] urodzinowe niespodzianki
- [CHP.9] w poszukiwaniach złotej metki
- [CHP.10] mystery shopper game
- [CHP.11] gra edukacyjna lub CSR
- [CHP.12] gra tematyczna, dostosowana do tematyki lub specyfiki Centrum Handlowego
- [CHP.13] gra tematyczna ze sponsorami na terenie miasta / gminy
- [CHP.14] gra typu Reality-Show na terenie Centrum Handlowego



interaktywny Katalog Gier: www.goffline.com/KG

ANKIETOWANIE + NAGRADZANIE

Gra Zakupowa, nr katalogowy: CHF1; CHS1

CZAS TRWANIA:

4 TYGODNIE

- **CEL GRY:** Zdobyć jak najwięcej punktów w RANKINGU GRACZA i wygrać Nagrodę Główną (2.000 PLN* na zakupy w Centrum Handlowym)
- **PUNKTACJA:** sprzedaż premiowa (punkty za paragony) + punkty za odpowiedzi na pytania w ankietach
- **INTERAKTYWNY KATALOG NAGRÓD:** Nagroda Główna: 2.000 PLN*, Nagrody Tygodnia - TOP 10 Graczy - cashback

Dowiedz więcej o swoich klientach! Wykorzystaj opinie najbardziej zaangażowanych, aby zwiększyć ich satysfakcję z zakupów

W CENIE:

- hostessy, sprzęt do ankietywania, licencja gOffline - omnichannel (www / mobile, offline, sms)

WARTOŚĆ

DODANA:

- pro-sprzedaż, rozdanie nagród, **badanie opinii** klientów, analiza sprzedaży w okresie akcji

* wartości nagród - do uzgodnienia

PLEBISCYT MAREK - TYPOWANIE

Gra Zakupowa, nr katalogowy: CHF2; CHS2

CZAS TRWANIA:

4 TYGODNIE

- **CEL GRY:** Zdobyć jak najwięcej punktów w RANKINGU GRACZA i wygrać Nagrodę Główną (2.000 PLN* na zakupy w Centrum Handlowym)
PUNKTACJA: sprzedaż premiowa (punkty za paragony) + punkty za głosowanie na ulubiony sklep
INTERAKTYWNY KATALOG NAGRÓD: Nagroda Główna: 2.000 PLN*, Nagrody Tygodnia - TOP 10 Graczy - cashback

Poznaj ulubioną markę swoich klientów!
 Wykorzystaj głosowanie i poznaj faworytów klientów.

W CENIE:

- hostessy, sprzęt do naliczania punktów, obsługa kanałów głosowania w Plebiscycie, licencja gOffline - omnichannel (www / mobile, offline, sms), katalog nagród on-line
- pro-sprzedaż, rozdanie nagród, **badanie opinii** klientów, analiza sprzedaży w okresie akcji



WARTOŚĆ

DODANA:

* wartości nagród - do uzgodnienia

WYŚCIG PARAGONOWY

Gra Zakupowa, nr katalogowy: CHF3; CHS3; CHP3

CZAS TRWANIA:

OD 4 TYGODNI

- **CEL GRY:** Zdobyć jak najwięcej punktów w RANKINGU GRACZA i wygrać Nagrodę Główną (2.000 PLN* na zakupy w Centrum Handlowym)
- **PUNKTACJA:** sprzedaż premiowa (punkty za paragony) + punkty za (a) najwięcej paragonów danego dnia, (b) największa wartość paragonu w danym dniu, (c) zakupy w określonych miejscach w danym dniu (happy hour)
- **INTERAKTYWNY KATALOG NAGRÓD:** Nagroda Główna: 2.000 PLN*, Nagrody Tygodnia - TOP 10 Graczy - cashback

Wciągnij klientów w zakupowe szaleństwo! Każdy zarejestrowany paragon zwiększa ilość punktów w rankingu i przybliża do atrakcyjnych nagród, przyznawanych na zakończenie akcji.

W CENIE:

- hostessy, sprzęt do naliczania punktów, katalog nagród on-line, licencja gOffline - omnichannel (www / mobile, offline, sms)

WARTOŚĆ

DODANA:

- pro-sprzedaż, **zwiększenie koszyka zakupowego** klienta w czasie akcji, rozdanie nagród, badanie opinii klientów, analiza sprzedaży w okresie akcji

* wartości nagród - do uzgodnienia

QUIZY DLA CAŁEJ RODZINY

Gra Zakupowa, nr katalogowy: CHF4; CHS4; CHP4

CZAS TRWANIA:

OD 4 TYGODNI

- **CEL GRY:** Zdobyć jak najwięcej punktów w RANKINGU GRACZA i wygrać Nagrodę Główną (5.000 PLN* na zakupy w Centrum Handlowym)
- **PUNKTACJA:** sprzedaż premiowa (punkty za paragony) + punkty za odpowiedzi na pytania (QUIZY) + punkty za zakupy happy hour
- **INTERAKTYWNY KATALOG NAGRÓD:** Nagroda Główna: 5.000 PLN*, Nagrody Tygodnia - TOP 10 Graczy - cashback

Nauka może być również zabawą!
Przygotuj konkurs wiedzy dla swoich najmłodszych klientów i nie tylko.

W CENIE:

- hostessy, sprzęt do naliczania punktów, obsługa kanałów z zagadkami, licencja gOffline - omnichannel (www / mobile, offline, sms)
- pro-sprzedaż, rozdanie nagród, **zaangażowanie całych rodzin, pozytywne emocje, budowa wizerunku** Centrum Handlowego

WARTOŚĆ

DODANA:



* wartości nagród - do uzgodnienia

ALL-U-CAN-EAT!

Gra Zakupowa, nr katalogowy: CHS5; CHP5

CZAS TRWANIA:

OD 4 TYGODNI

- **CEL GRY:** Zdobyć jak najwięcej punktów w RANKINGU GRACZA i wygrać Nagrodę Tygodnia (Voucher typu All You Can Eat - do wybranej restauracji foodcourt w Centrum Handlowym)

PUNKTACJA: sprzedaż premiowa w sklepach modowych (punkty za paragony) + punkty za zakupy happy hour + punkty za zapraszanie znajomych do gry

INTERAKTYWNY KATALOG NAGRÓD: Pula Nagród: 10.000 PLN

Przyciągnij nowych klientów do foodcourtu! Wykorzystaj swoich stałych klientów do przyciągnięcia nowych.

W CENIE:

- hostessy, sprzęt do naliczania punktów, licencja gOffline - omnichannel (www / mobile, offline, sms)



WARTOŚĆ

DODANA:

- pro-sprzedaż, rozdanie nagród, **zaangażowanie znajomych** klientów CH, pozytywne emocje, **marketing szeptany**

* wartości nagród - do uzgodnienia

W POSZUKIWNIU ŻŁOTEJ METKI

Gra Zakupowa, nr katalogowy: CHP9

CZAS TRWANIA:

OD 4 TYGODNI

- **CEL GRY:** Zdobyć jak najwięcej punktów w RANKINGU GRACZA i wygrać Nagrodę Główną (zakupy w swoim ulubionym sklepie w Centrum Handlowym o wartości 3.000 PLN*)

PUNKTACJA: sprzedaż premiowa (punkty za paragony) + punkty za zakupy happy hour + punkty za powracalność do Centrum Handlowego w czasie trwania Akcji (i odnalezienie "złotej metki" ukrytej w poszczególnych sklepach)

INTERAKTYWNY KATALOG NAGRÓD: Pula Nagród: od 15.000 PLN

Przyciągnij nowych klientów do foodcourtu! Wykorzystaj swoich stałych klientów do przyciągnięcia nowych.

W CENIE:

- hostessy, sprzęt do naliczania punktów, licencja gOffline - omnichannel (www / mobile, offline, sms)

- pro-sprzedaż, rozdanie nagród, **zwiększenie koszyka zakupowego**, pozytywne emocje, **promocja konkretnych sklepów / asortymentu**



WARTOŚĆ

DODANA:

* wartości nagród - do uzgodnienia

GRA ZAKUPOWA Z ELEMENTAMI CSR

Gra Zakupowa, nr katalogowy: CHP11

CZAS TRWANIA:

OD 4 TYGODNI

- **CEL GRY:** Zdobyć jak najwięcej punktów w RANKINGU GRACZA i wygrać Nagrodę Główną (zakupy w swoim ulubionym sklepie w Centrum Handlowym o wartości 3.000 PLN*)
- **PUNKTACJA:** sprzedaż premiowa (punkty za paragony) + punkty za zakupy happy hour + punkty za powracalność do Centrum Handlowego w czasie trwania Akcji (zdobywanie punktów wg określonego scenariuszu Gry)
- **INTERAKTYWNY KATALOG NAGRÓD:** Pula Nagród: do ustalenia

Dedykowana scenariusze oparte o zasady społecznej odpowiedzialności marki. Zdobądź wdzięczność i sympatię lokalnej społeczności!

W CENIE:

- hostessy, sprzęt do naliczania punktów, bramki do głosowania, licencja gOffline - omnichannel (www / mobile, offline, sms)
- pro-sprzedaż, rozdanie nagród, **pozytywne emocje, zaangażowanie mediów i społeczności lokalnych, marketing szeptany, PR** dla Centrum Handlowego



WARTOŚĆ

DODANA:

* wartości nagród - do uzgodnienia



Zainteresowały Cię
nasze Gry Zakupowe?
Sprawdź nasz
Katalog Gier on-line!

www.goffline.com/KG

w Katalogu Gier znajdziesz gry, które wzmocnią
pro-sprzedaż w Twoim Centrum Handlowym.

Możesz wybrać gry katalogowe lub BTS!

zadzwoń do nas: 793 463 600

KATALOG GIER Q2 2016

Katalog Gier



Opinie o Grach

Kontakt



Marta Radziwoń
Dyrektor centrum handlowego
Focus Mall Zielona Góra

Jestem ogromnie zadowolona z osiągniętego rezultatu akcji Plebiscyt Marek, który zorganizowaliśmy w galerii Focus Mall w Zielonej Górze, świetnie przeprowadzona rekrutacja przełożyła się na wysokie zaangażowanie naszych najemców. Ponad połowa wzięła udział w zabawie, a po zakończeniu gry wielu z nich wracało do nas z informacjami o swoim zadowoleniu.

Jak na akcję zupełnie innowacyjną, bo w tych kategoriach ją klasyfikujemy, zarówno aktywność jak i zaangażowanie klientów było na naprawdę wysokim poziomie. Średnio każdy klient zalogowany do gry wykonał 6,2 aktywności.

W Plebiscycie Marek nagrodami głównymi były bony pieniężne na zakupy w sklepach znajdujących się w galerii Focus Mall Zielona Góra, które wzięły udział w zabawie. To jednak nie wszystko. Dodatkową zaletą zabawy była bowiem możliwość wybrania nagród natychmiastowych, których wykaz znajdował się w Katalogu Nagród. Szczególnie atrakcyjne było to, że jej odebranie nie zmniejszało liczby punktów na koncie gracza.

Był to więc prawdziwy ekstra bonus za zaangażowanie się w grę. Klient sam podejmował decyzję, na jakie nagrody wymieni zdobyte punkty. Można było także zdobyć nagrodę specjalną w wysokości 400 zł. Klienci otrzymywali punkty głównie za dokonywanie zakupów w galerii. Jednak punkty były przyznawane także za wykonywanie dodatkowych „zadań”, np. przyjscia do galerii w określonym czasie i zeskanowaniu kodów, czy branie udziału w quizach. Wielu graczy, widząc korzyści płynące z zabawy, coraz bardziej się w nią angażowało. Obserwując zaangażowanie zarówno klientów, jak i naszych najemców, uważam, że Katalog Nagród był strzałem w dziesiątkę.



Ewa Sieńko
manager ds. marketingu
Cuprum Arena

W 2015 roku postanowiliśmy postawić na najnowsze trendy w marketingu nowe technologie i wielokanałową komunikację z klientem.

Technologie mobilne (coraz bardziej dostępne i pożądane przez klientów) powodują, iż motywacja prozakupowa nabiera nowej jakości i dynamiki

.W oparciu o otwartą platformę lojalnościową gOfflineoferujemy naszym klientom ciekawą grę zakupową z mnóstwem atrakcji i niespodzianek, aplikację mobilną wraz z atrakcyjnym katalogiem nagród, dobrą zabawę zarówno w przestrzeni galerii jak i w internecie, a co za tym idzie – dużo inspiracji i powodów do ponownego odwiedzania naszej galerii!

Uruchamiając w Cuprum Arena program prosprzedażowy z elementami budowy lojalności z gOffline liczymy nie tylko na zwiększenie zaangażowania wśród klientów galerii, ale również nastawiamy się na wdrożenie spójnego, kompleksowego narzędzia do współpracy z najemcami (mamy ich prawie 130!). W naszym programie najemcy (zarówno marki lokalne jak i duże sklepy sieciowe) zyskują wachlarz możliwości promowania i pozycjonowania swoich ofert w różnorodnych kanałach, którymi platforma gOffline dociera do klientów, a także uzyskują dodatkowe bezcenne informacje dotyczące preferencji nowych i powracających klientów.



Wiesława Barzycka
dyrektor ds. marketingu
Galeria Emka

Powierzyliśmy firmie gOffline organizację gry zakupowej Plebiscyt Marek Galerii Emka, zachęceniu ofertą pełnej obsługi w zakresie rekrutacji i kontaktów z najemcami. Rekrutacja najemców została zrealizowana bardzo sprawnie i w krótkim czasie (ok. 2 tygodni) zgłosiło się 51 firm. Pracownicy gOffline przeprowadzili dla nich szkolenie dotyczące udziału w akcji, wyjaśnienia korzyści prosprzedażowych dla sklepu oraz odpowiadali na wszelkie pytania dotyczące zasad i regulaminu akcji. Najemca mógł także opcjonalnie współtworzyć Katalog Nagród dodając gadżety firmowe, bony zakupowe, karnety, zaproszenia lub inne produkty. Akcja Plebiscyt Marek Galerii EMKA trwała od 15 października do 22 grudnia 2014 roku.

W tym czasie stroną z grą odwiedziło blisko 4,5 tys. osób z czego 753 użytkowników weszło do gry a 674 zagłosowało na ulubioną markę. Klienci zdobywali punkty za oddanie głosu, za zakupy oraz inne aktywności nie zakupowe na terenie obiektu.

Mechanizm prezentacji nagród oraz możliwość aktywnego korzystania z tej aplikacji przez najemców to bardzo dobre narzędzie, ale nie wszyscy najemcy potrafili z niej korzystać.

W sumie zebraliśmy ciekawe i cenne doświadczenie, wdrożyliśmy mechanizm współpracy z najemcami, który może się jeszcze okazać przydatny w przyszłości.



Magdalena Glinka
marketing manager
Galeria Gniezno

Akcja gOffline w Galerii Gniezno została przygotowana przez organizatora profesjonalnie. Zaczęto od rzeczy najważniejszej, tj. rzetelnego powiadomienia najemców. Podczas serii spotkań organizator przedstawiał zasady akcji, zalety obecności produktów w Katalogu Nagród, motywował do ich przekazywania, podkreślał plusy uczestnictwa w Plebiscycie. Działanie całego systemu zostało zaprezentowane na czytelnej, multimedialnej prezentacji, w której w przystępny sposób wytłumaczono przedstawicielom sklepów założenia aplikacji i mechanizm Plebiscytu. Znacząca część najemców zainteresowała się akcją. Platforma gOffline to innowacyjne narzędzie. Porównując rozwiązanie gOffline z innymi narzędziami prosprzedażowymi, mogę powiedzieć, że jest ono bardzo efektywne, bo daje klientom możliwość udziału w akcji, rejestrowania kolejnych paragonów samodzielnie, z wykorzystaniem własnego telefonu. Jest to oczywiście rozwiązanie przyjazne dla tych, którzy sprawnie i chętnie posługują się nowymi technologiami. Oczywiście pomyśleliśmy także o osobach, które wolą tradycyjne rozwiązania i nie używają smartfonów. Wraz z organizatorem zapewniliśmy zespół hostess w punkcie obsługi promocji na terenie centrum, które pomagały klientom rejestrować paragony, umożliwiały im oddawanie głosów w Plebiscycie oraz zamawianie nagród. Zaangażowanie klientów było bardzo duże.



Ferio

/Stare Miasto/

Plebiscyt Marek

#gra zakupowa

Gra jest świetnym sposobem na zachęcenie ludzi do robienia zakupów w centrum handlowym oraz ciekawym zadaniem dla graczy.

~Gracz #7901143



Nova Park

/Gorzów Wlkp./

NoVa CITY GAME

#gra zakupowa #gra miejska # gra CSR

Świetna zabawa, wspaniale nagrody i dużo pożytku publicznego.

~AMONG



CH Karolinka

/Opole/

Plebiscyt Marek

#gra zakupowa

Uważam, że jest to super zabawa dla każdego zakupoholika. Już czuje dreszczyk emocji. Super

~Anna Joanna



Focus Mall

/Zielona Góra/

Plebiscyt Marek

#gra zakupowa

Gra jest nieprzewidywalna, uzależniająca od zakupów, zabawna i nowatorsko banalna in plus:-*

~ Gracz #1686288



Nova Park

/Gorzów Wlkp./

NoVa CITY GAME

#gra zakupowa #gra miejska # gra CSR

Bardzo fajna gra, w której można się dowiedzieć wielu ciekawych rzeczy o Gorzowie. Mam nadzieje że jeszcze będzie wznowienie gry. Pozdrawiam.

~Janka



Ferio

/Stare Miasto/

Plebiscyt Marek

#gra zakupowa

Super współzawodnictwo, nagradzanie za zakupy i zadania dodatkowe to pomysł trafiony w przysłowiową dziesiątkę. Więcej takich akcji.

~Bean

KATALOG GIER Q2 2016

Katalog Gier
Opinie o Grach



Kontakt



- **Elżbieta Gródek**

tel. 733-923-700

@: elzbieta.grodek@goffline.com



- **Laura Czarniecka**

tel. 793-463-600

@: lczarniecka@goffline.com

poznaj cały nasz zespół: <http://goffline.com>