



GIOCARE PER ATTIVARE

La gamification B2B come strumento per stupire.

Davide Lo Presti

www.switchup.it

ABOUT ME

Davide Lo Presti

CEO di **Tambù** e coach sistemico, da oltre 10 anni
progetto giochi e soluzioni di Gamification per
aziende, istituzioni e community.

Con Tambù abbiamo creato progetti che hanno coinvolto migliaia di persone – dalla formazione manageriale al marketing – dimostrando come il **gioco possa generare risultati concreti**: più engagement, più vendite, più valore per le persone.

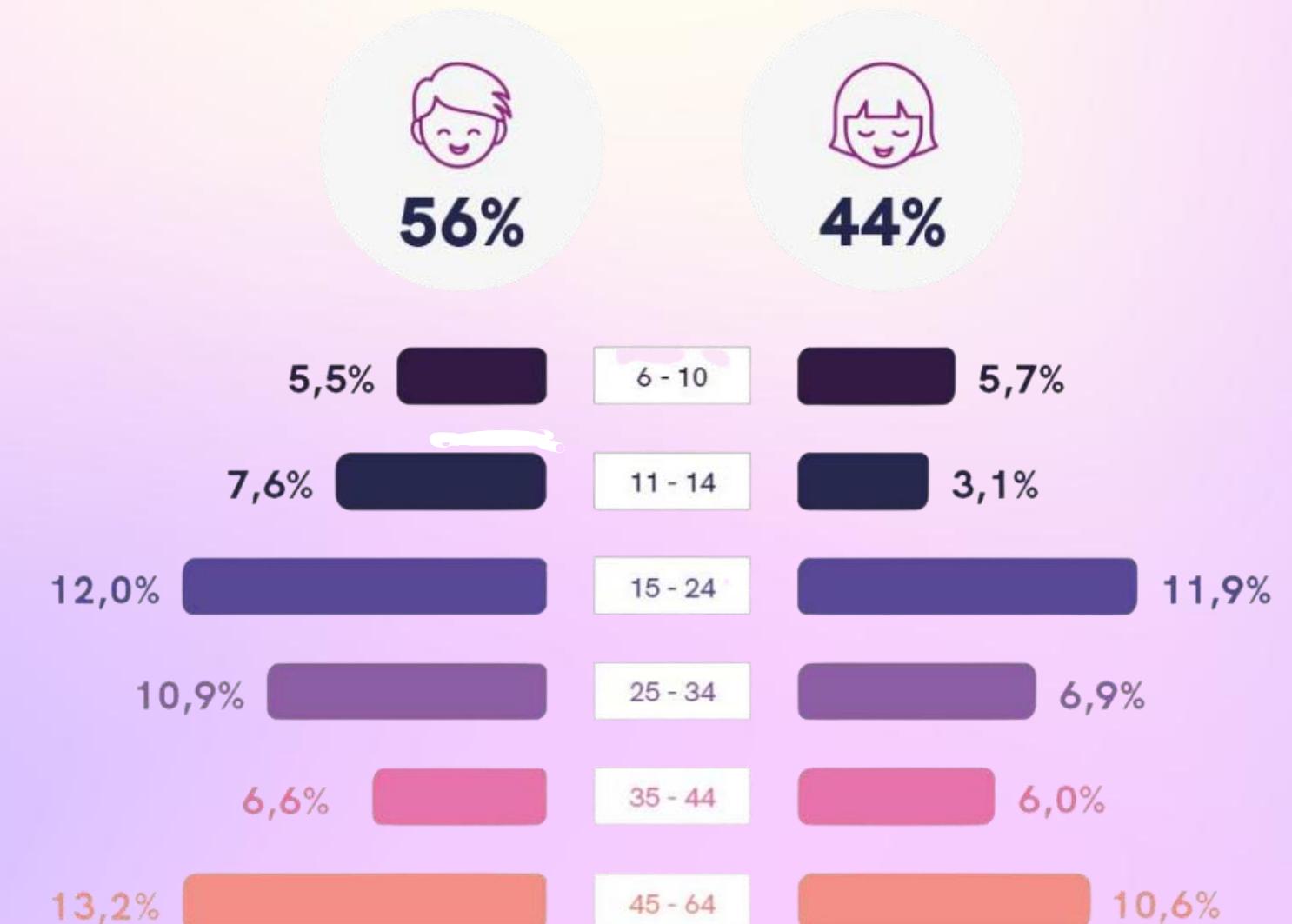
Nel prossimo decennio punto a salvare il mondo con il gioco!



CHI GIOCA DAVVERO?

3,3 miliardi di persone

- L'80% sono adulti (età media 36 anni, spesso genitori)
- Il 45% sono donne: il gaming non è più un fenomeno solo maschile
- Si gioca ovunque: 86% su smartphone, 27% su PC e 19% su console.
- In media, ognuno dedica 7,3 ore a settimana al gioco: significa oltre 12.000 ore nell'arco di una vita.



E per cambiare il mondo si gioca ancora troppo poco...



**“Quando giochiamo,
entriamo in uno stato di
coinvolgimento totale”**

www.switchup.it

COSA NOTIAMO QUANDO GIOCHIAMO?

Emozioni, coinvolgimento

- Emozione e concentrazione totale
- Spinta a superare i propri limiti
- Passione e impegno costante
- Ottimismo: tutti credono di poter vincere

*“Questa è la Epic Win experience:
quando le persone danno il
massimo e credono di poter
cambiare la storia.”*



“Nella vita reale spesso succede il contrario...”



“Stress, frustrazione, perdita di motivazione.”

ELEMENTI DI COINVOLGIMENTO

Cosa fa la differenza?

La prima cosa che notiamo nei videogiochi è che ci viene data subito **fiducia**: non per fare qualcosa di impossibile, ma **per affrontare una missione calibrata sulle nostre capacità**. È sempre una sfida al limite, ma mai oltre.

Si parte da un compito semplice, poi una prova più difficile, quindi un'altra più leggera ma più evoluta della prima, e così via. Questo ritmo alternato ci fa crescere senza mai cadere nello sconforto di una sfida insormontabile.

All'interno della narrazione del gioco **tu sei uno degli eroi della storia**, non una comparsa. E chiunque può essere l'eroe: non solo il capo o il manager, come si potrebbe pensare all'interno della propria vita lavorativa.

Troviamo, poi, tanti **personaggi pronti ad aiutarci a raggiungere la nostra missione**, quando nella vita reale non sempre succede.

Grazie al feedback costante che riceviamo, infine, sappiamo sempre come stiamo andando e questo ci spinge a migliorarci e ad andare avanti con fiducia.

COSA GENERA IL GIOCO NELLE PERSONE?

Crescita

- **Eccellenza:** le persone danno il massimo.
- **Ottimismo:** tutti credono di poter vincere.
- **Equità:** le regole sono chiare e uguali per tutti.
- **Protagonismo:** ognuno si sente parte della storia.
- **Autonomia:** si prendono decisioni e si assumono responsabilità.
- **Collaborazione:** ci si aiuta a raggiungere obiettivi comuni.



*Questo è l'ambiente che ogni manager e imprenditore sogna:
persone motivate, ottimiste e capaci di auto-organizzarsi.*

MA DI COSA STIAMO PARLANDO?

Numeri di mercato

Videogiochi: 187,7 miliardi \$ (**3 volte più di cinema e musica messi insieme**):

- Mobile gaming: 92,6 miliardi \$ (49%).
- Console gaming: 51,9 miliardi \$ (28%).
- PC gaming: 43,2 miliardi \$ (23%).
- Gamification: 30 miliardi \$ oggi → 125 miliardi \$ previsti nel 2031 (+300%).

Il gioco non è più intrattenimento. È uno dei mercati più grandi al mondo, ed è la leva più potente per il business.

TUTTO BELLO, MA COME LO PORTO IN AZIENDA?

Cos'è la gamification?

La gamification è l'uso di elementi di gioco (punti, missioni, livelli, badge, classifiche) in contesti non ludici. Serve a motivare e coinvolgere le persone, trasformando attività quotidiane in esperienze uniche e misurabili.

IL RISULTATO? PIÙ IMPEGNO, PIÙ PRODUTTIVITÀ, PIÙ SODDISFAZIONE.

*Il gioco non è fine a sé stesso: è un metodo di business
per cambiare comportamenti e generare valore*



Punti



Obiettivi



Classifica

PERCHÉ FUNZIONA?

Esperienza Attiva

- Trasforma l'utente da spettatore ad **attore attivo**.
- Stimola **autonomia e motivazione** intrinseca.
- Fornisce **feedback** immediato e misurabile.
- Aumenta **concentrazione e memoria**.
- Attiva **emozioni positive** (dopamina, endorfine).
- Porta a un **apprendimento** più rapido ed efficace.

*Il gioco non intrattiene soltanto:
fa apprendere meglio e più in fretta.*

PERCHÉ CONVIENE ALLE AZIENDE?

Tempo e Denaro

- **Accelerà l'apprendimento** → meno tempo sprecato.
- **Aumenta engagement e retention** → più produttività e meno turnover.
- **Fidelizza clienti** → più vendite ricorrenti.
- **Migliora la customer experience** → più soddisfazione e passaparola.
- **Massimizza le vendite** → crescita del fatturato.
- **Raccoglie dati e KPI** → decisioni più rapide e informate.
- **Effetto WOW** → il brand resta impresso.

MA COME LO USO?

Sia per BtB che BtC

B2B

- **Onboarding gamificato** → più coinvolgimento dei nuovi assunti.
- **Recruiting** → selezione più rapida ed efficace.
- **Formazione e team building** → competenze + coesione.
- **Gadget e stand gamificati** → eventi memorabili.

B2C

- **Quiz e programmi fedeltà** → clienti più attivi.
- **Edutainment** → imparare divertendosi.
- **Orientamento** → aiutare le persone a scegliere.
- **Giochi e Videogiochi brandizzati** → scalabilità e visibilità.

*“In ogni contesto la gamification genera **WOW effect** e lascia un ricordo indelebile.”*

MA COME LO USO?

Onboarding e Recruiting

PwC ha usato un gioco sul Business dove i candidati hanno affrontato sfide ispirate a situazioni reali con risultati importanti pari a:

- +190% partecipanti
- +78% utenti che hanno dichiarato interesse
- Dai pochi secondi del sito a oltre 90 minuti del gioco

Invece SAP per il recruitment ha ridotto il 50% dei tempi di training e aumentato del +25% la retention dei neoassunti.

Esempio Pratico:

Un gioco da tavolo che permette ai candidati di scoprire attività, sfide e potenzialità del nuovo lavoro, vivendo l'esperienza in prima persona.

“Così l'onboarding diventa memorabile e trasforma i candidati in protagonisti.”

ed è sempre **WOW effect!**



MA COME LO USO?

Formazione e sviluppo

Deloitte con Leadership Accademy:

- -50% riduzione tempi di completamento corsi
- +46% utenti attivi al giorno
- +50% produttività
- +60% Engagement dipendenti

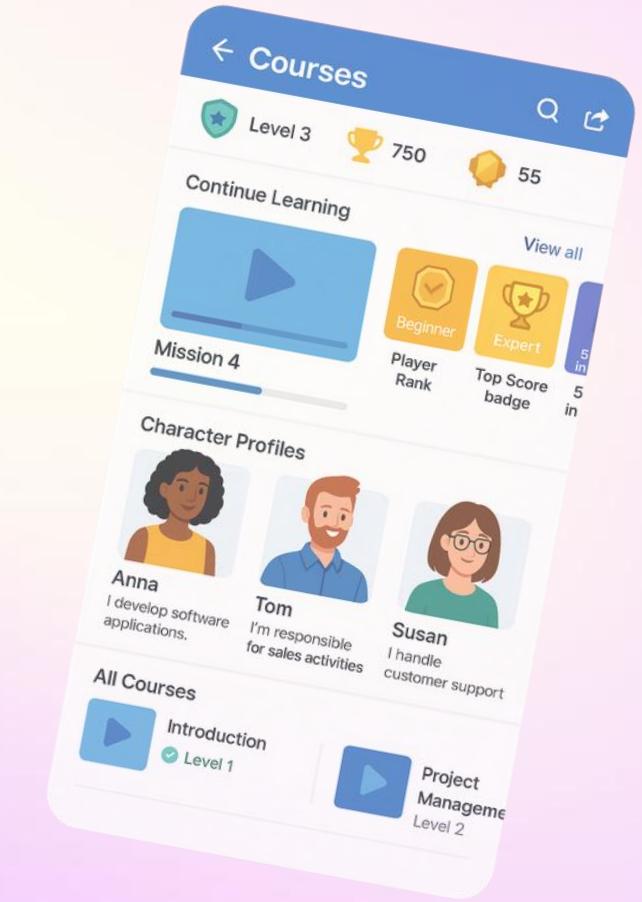
In Cisco oltre 650 dipendenti hanno ottenuto in poco tempo diverse certificazioni tecniche, raddoppiando le persone con il grado di “master”.

Esempio Pratico:

Una piattaforma di formazione gamificata con:

- livelli, badge e missioni
- colleghi che diventano “mentori digitali”
- condivisione risultati e progressi

“Così la formazione diventa un'avventura continua.”



ed è sempre **WOW effect!**

MA COME LO USO?

Eventi ed Engagement dal Vivo

Instacart ha trasformato il proprio stand in un percorso interattivo a tema level up con elementi ludici:

- Durante il percorso si conoscevano i servizi e in soli 5/10 minuti se ne capiva il valore grazie all'effetto WOW
- Hanno ottenuto molti più lead qualificati
- Alla fine dell'evento tutti si ricordavano di loro

Esempio Pratico:

Uno stand che diventa un gioco:

- missioni per scoprire i vostri servizi
- premi simbolici per chi completa il percorso
- contenuti interattivi che differenziano il brand

“Così il vostro stand non è solo visitato: viene ricordato.”

*ed è sempre **WOW** effect!*



MA COME LO USO?

Branding, Marketing e Loyalty

In ambito B2C marketing...

- Starbucks - Starbucks Rewards (un sistema a stelle che assegna punti per gli acquisti): +20% vendite nel mondo
- Nike+ Run Club (trasforma l'attività di running con sfide, badge e trofei): aumento della loyalty e vendite.
- Duolingo grazie alle classifiche settimanali ha aumentato del 5% gli utenti attivi: + 65% accessi all'app ogni anno con tutte le attività gamificate.

Esempio Pratico nel BtB:

Un gioco da tavolo personalizzato che racconta il vostro prodotto/servizio da regalare a clienti, dipendenti e fornitori e vendibile anche online (Amazon, store).

“Così il vostro brand entra nelle case e resta nella mente delle persone”

ed è sempre **WOW effect!**



MA COME LO USO?

E non finisce qui...

- **Agenda gamificata** → per motivare ogni giorno con il vostro brand
- **Librogame** → per raccontare valori e cultura aziendale
- **Videogioco aziendale** → per vivere prodotti e servizi in digitale
- **E-commerce gamificato** → con punti fedeltà e sfide
- **Eventi live gamificati** → che restano impressi
- **Realtà aumentata/virtuale** → per far provare il futuro in anteprima
- **E tanto altro ancora...**



Qualunque sia il vostro obiettivo – formare, vendere, fidelizzare – il gioco è il modo più potente per renderlo memorabile