

Innholdsfortegnelse – Spillifisering i praksis

Forord	4
Kapittel 1 Introduksjon til spillifisering	7
Hvorfor en fagbok om spillifisering?	8
Hva er spillifisering ikke?	9
Serious games vs spillifisering	9
Eksplisitt og implisitt spillifisering	11
The Fun Theory og Hastighetslotteriet	12
Datafisering	13
Hvordan ble spillindustrien rå på motivasjon?	14
Kapittel 2 Mennesker leker. Mer poeng = Enklere liv?	17
Black Mirror eller Orwells 1984?	17
芝麻信用 (Sesame credit)	18
Spill og ludologi	19
Den klassiske spillmodellen	20
Homo Ludens	22
Kapittel 3 Spillifisering og motivasjon	28
Ulike tolkninger av spillifisering	28
Kritikk av spillifisering	29
Utnyttelsesverktøy?	29
Uærlig markedsføring?	30
Motivasjon	31
Emosjon, affekter eller følelser	32
Atferd	35
Indre og ytre motivasjon	36
Indre motivasjon	36
Selvbestemmelsesteorien og mestringsforventningen	37
Hvorfor er spill indre motiverende?	39
Taksonomi til indre motivasjoner	41
Ytre motivasjon	42
Ytre belønninger og bonusprogrammer	42
Kapittel 4 Relevante forskere og teorier innen motivasjon og atferd	45
Maslows behovspyramide	45
Klassisk betinging og operasjonell betinging	46
Pavlovs hunder	46
Skinners rotter	47
Foggs atferdsmodell (Fogg behavior model)	48
Flyt-teorien (Flow theory)	49
Bartles spillertyper	51

Kapittel 5 Octalysis : Motivasjon gjennom åtte kjernedrivere	53
Ingen motivasjon = ingen handling?	54
Kjernedriver 1: Mening & Søken (Epic Meaning and Calling)	55
Spillmekanismer i kjernedriver 1	61
Utfordringer og muligheter med kjernedriver 1	62
Kjernedriver 2: Mestringsfølelse (Accomplishment and Development)	64
Spillmekanismer i kjernedriver 2	67
Utfordringer og muligheter med kjernedriver 2	68
Kjernedriver 3: Kreativ frihet og tilbakemelding (Empowerment of Creativity and Feedback) ...	68
Spillmekanismer i kjernedriver 3	73
Utfordringer og muligheter med kjernedriver 3	75
Kjernedriver 4: Eierskapsfølelse (Ownership and Possession)	75
Hvorfor kundeklubber kan kalles for spillifisering?	76
Spillmekanismer i kjernedriver 4	76
Utfordringer og muligheter med kjernedriver 4	79
Kjernedriver 5: Sosial påvirkning og relasjoner (Social influence and relatedness)	79
Spillmekanismer i kjernedriver 5	82
Utfordringer og muligheter med kjernedriver 5:	84
Kjernedriver 6: Knapphetsfølelse (Scarcity and Impatience)	84
Kun for inviterte! (Invite only)	87
Spillmekanismer i kjernedriver 6	88
Utfordringer og muligheter med kjernedriver 6	90
Kjernedriver 7: Overraskelse og nysgjerrighet (Unpredictability and Curiosity)	90
Utfordringer og muligheter med kjernedriver 7	92
Spillmekanismer i kjernedriver 7	93
Utfordringer og muligheter med kjernedriver 7	94
Kjernedriver 8: Tap og unngåelse (Loss and avoidance)	94
Spillmekanismer i kjernedriver 8	96
Utfordringer og muligheter med kjernedriver 8	97
Kapittel 6 Octalysis – rammeverkets utfordringer	97
Hvit hatt eller sort hatt?	98
Venstre-hjerne og høyre-hjerne kjernedrivere	100
Motdrivere (Anti-core drives)	100
Kjernedriverne henger sammen	101
Den hemmelige kjernedriver 9: Sanselig stimuli (Sensation)	101
Svakheter og utfordringer med rammeverket Octalysis	101
Kapittel 7 Et alternativ rammeverk og system for spillifisering	103
6D Rammeverket	103
Kapittel 8 Spillifisering i praksis – kom i gang med ditt prosjekt!	109
Introduksjon	109
Målsettinger (Business metrics) – Hvordan vet vi om noe funker?	110
Hvor nøye skal vi måles?	111
Hva kjennetegner gode målsettinger?	112
Brukermotivasjon (Players) – hva motiveres brukeren av?	113
Hofstede-modellen	114
Personas – lag din egen fiktive kunde	115

Pet rock – når kundene selv ikke vet hva de vil ha.....	118
Hvor langt skal man gå?	119
Brukereise – hvilke handlinger må brukeren ta?	120
Spillifiseringsreisen - Brukerreisen gjennom fire faser	121
Incentiver – hva kan vi gi? En ferrari til alle nye brukere?.....	123
Design – gjør konseptene til virkelighet	125
<i>Kapittel 9 Norske eksempler</i>	<i>127</i>
Case Kahoot – Gøy med læring.....	127
Stolpejakten - Jakten på folkehelse, lokal næringsutvikling & læring	129
DYTT – hele arbeidsplassen i aktivitet til Mount Everest	131
Øyafestivalen - Gode hjelpere med riktig motivasjon	134
Hold – Motivasjon til å la mobilen ligge	136
Sommerles - leseglede for barn	138
EMPOWER.eco – Når plastsøppel blir til gull	141
Ducky Eco – klimadashbord for bedrifter som bryr seg.....	143
Case Gardemoen Go - Spillbaserte simuleringer med målbare resultater	146
Pantelotteriet – prøv lykken med flasker	150
Sunnhetslotteriet – Sunnhet til folket er vår hjertesak	152
<i>Kapittel 10 Etske perspektiver</i>	<i>155</i>
Utnyttelse (Exploitation)	156
Manipulasjon (Manipulation)	157
Fysisk og psykisk skade (Harm)	158
Moralsk karakter (Moral character)	159
<i>Litteraturliste.....</i>	<i>161</i>
<i>Illustrasjonsliste</i>	<i>180</i>
<i>Figurer</i>	<i>181</i>
<i>Tabeller</i>	<i>182</i>