



Game Concepten

Versie 2023.01.31



Quiz

Als je op zoek bent naar een manier om meer te weten te komen over je doelgroep en ook nog de salesconversie te verhogen? Dan is een quiz het meest beproefde gameconcept.

Heb je een uitgebreid productassortiment? Dan kun je het selectieproces voor je doelgroep vereenvoudigen door een matchmaker aan te bieden. Wil je profielen opbouwen of uitbreiden en segmenteren? Dan is een profielquiz de beste optie.

[Bezoek Quiz](#)



1 2 3 4 5

Question 1

Question title

Answer 1

Answer 2

< Previous

Next >



Rad van Fortuin

Een rad van fortuin is een leuke en interactieve manier om verschillende kleine prijzen weg te geven om leads te genereren of trouwe klanten te belonen.

Een rad van fortuin is er in verschillende varianten. Het wiel kan punten, winst/verlies of prijzen weergeven. Het rad van fortuin is de meest gebruikte game voor weggeef-acties.

Bezoek Rad van Fortuin





Kras kaart

Een kraskaart is een leuke en interactieve manier om verschillende kleine prijzen weg te geven om leads te genereren of trouwe klanten te belonen.

De prijs wordt pas zichtbaar als de deelnemer de kaart heeft opengekrast. Dit zorgt voor een spannende 'thrill' voor de deelnemer.

Bezoek Kras kaart





Code Check

Een code check is een goede keuze als je inzicht wilt krijgen in de consumenten die je producten kopen.

De codes kunnen worden afgedrukt op een product of een kassabon bij het afrekenen. Je kunt de code check gebruiken voor verschillende marketingdoelen, zoals het belonen van je klanten, het verzamelen van klantgegevens of het verkrijgen van nieuwe productrecensies. Wij kunnen de codes in elk gewenst aantal en formaat voor je genereren.

[Bezoek Code Check](#)



Fill in your personal code

Code (XYZ123)

Name

Email address

Subscribe me to the newsletter

I agree with the [terms and conditions](#)

Check code >



Sweepstake

De sweepstake is het meest basale type van alle gamification-concepten. Het heeft eigenlijk ook geen echte gamification-elementen. Maar dat maakt sweepstakes niet minder populair.

De conversie van een sweepstake is sterk gerelateerd aan de prijs en de hoeveelheid gegevens die de deelnemer moet verstrekken. Daarom wordt een sweepstake vooral gebruikt voor weggeef-acties, steekproeven en gegevensverzameling over een breed publiek.

[Bezoek Sweepstake](#)



Subscribe me to the newsletter
 I agree with the [terms and conditions](#)



Vang Spel

Het vangspel is een uitdagend spel waarbij voorwerpen in een mand of bakje moeten worden gevangen.

Het spel kan worden gespeeld op tijd, op score of beide. Je kunt ook strafpunten krijgen voor het vangen van bepaalde objecten. Deze game is geweldig voor het weergeven van producten die verband houden met een campagne.

[Bezoek Vang Spel](#)





Memory

Memory is een bekend spel waarbij de deelnemer kaarten moet omdraaien en matchen met dezelfde afbeelding.

De deelnemer is actief bezig met het onthouden van de afbeeldingen op de kaarten. Daarom wordt een memory spel vaak gebruikt om verschillende (nieuwe) producten in een assortiment extra onder de aandacht te brengen.

Bezoek Memory





Volgorde Puzzel

Een prioriteitspuzzel is geweldig om de kennis van jouw doelgroep over een specifiek onderwerp te testen. Het wordt ook gebruikt voor het introduceren of uitlichten van een nieuw merk, product of dienst.



Deelnemers moeten de items in de juiste volgorde leggen. Dit kan een vaste volgorde zijn of een willekeurige volgorde, zoals een persoonlijke top vijf.

[Bezoek Volgorde Puzzel](#)



Make your favorite home delivery top 5 meal.

Drag the blocks to the desired position.

	2		4	5
				

Submit your top 5

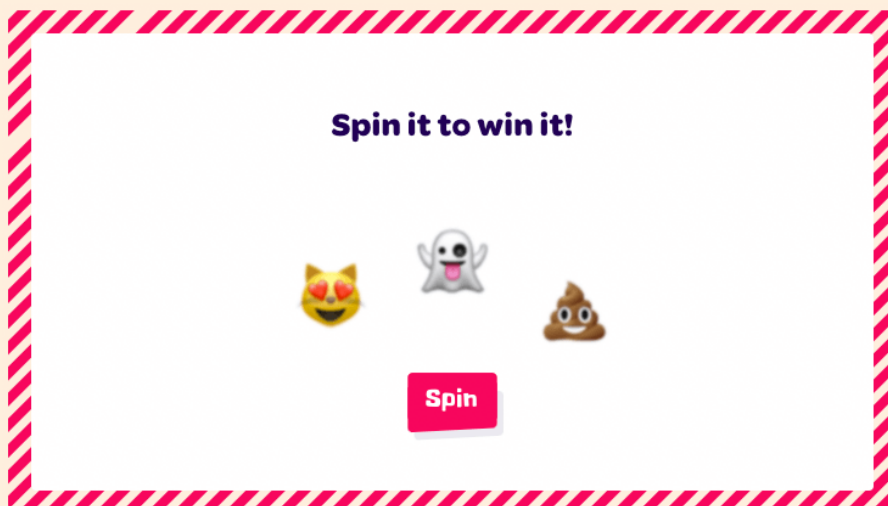


Fruitautomaat

Een fruitautomaat is een bekend casinospel, dat heel goed kan worden ingezet voor marketing en gamification.

Het voordeel van dit spel is dat de deelnemer gemiddeld 5 tot 10 keer aan het brad draait. Tijdens iedere beurt draaien jouw producten meerdere keren voorbij. En dat is weer goed voor de 'awareness' van je merk of product. Het design, de items, de winkans en het aantal spins zijn volledig aan te passen.

Bezoek Fruitautomaat





Grijp Machine

Een grijpmachine is een uitdagend spel waarbij behendigheid een belangrijk onderdeel is. De deelnemer moet proberen de gewenste prijs te grijpen door de gripper door de kast te manoeuvreren.

De grijpmachine kan allerlei voorwerpen bevatten, zoals producten, prijzen, kortingen en waardebonnen.

We kunnen vooraf bij elke deelnemer bepalen of er een prijs wordt uitgereikt. Zo houden we controle over de toekenning van prijzen.

Bezoek Grijp Machine





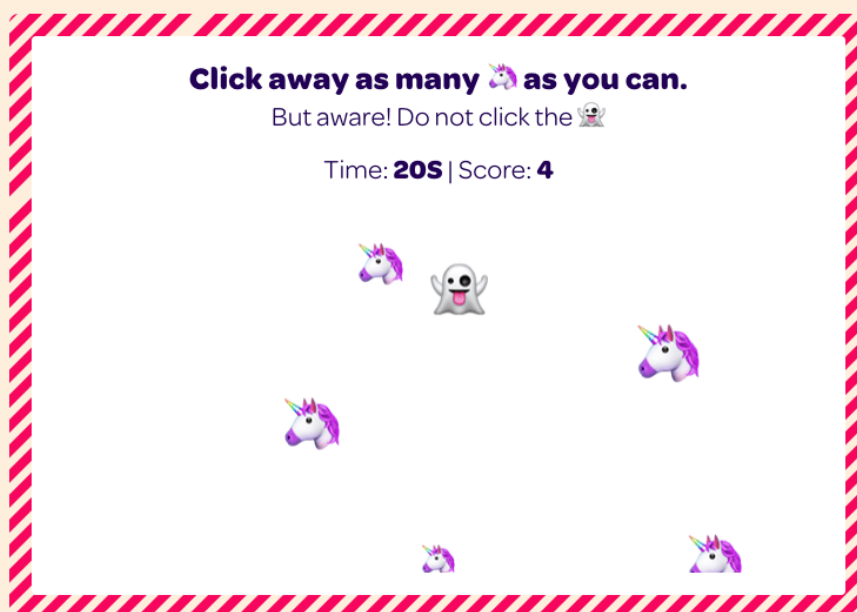
Klik Game

Een klikspel is een spannend en interactief spel waarbij de deelnemer de voorwerpen binnen een bepaalde tijd moet wegklikken.

De game wordt vaak gebruikt voor branding, omdat je in één game eenvoudig verschillende producten kunt toevoegen.

Voor elk item dat wordt weggeklikt, ontvangt de deelnemer punten. We kunnen ook items toevoegen waar de deelnemer punten aftrekt krijgt

[Bezoek Klik Game](#)





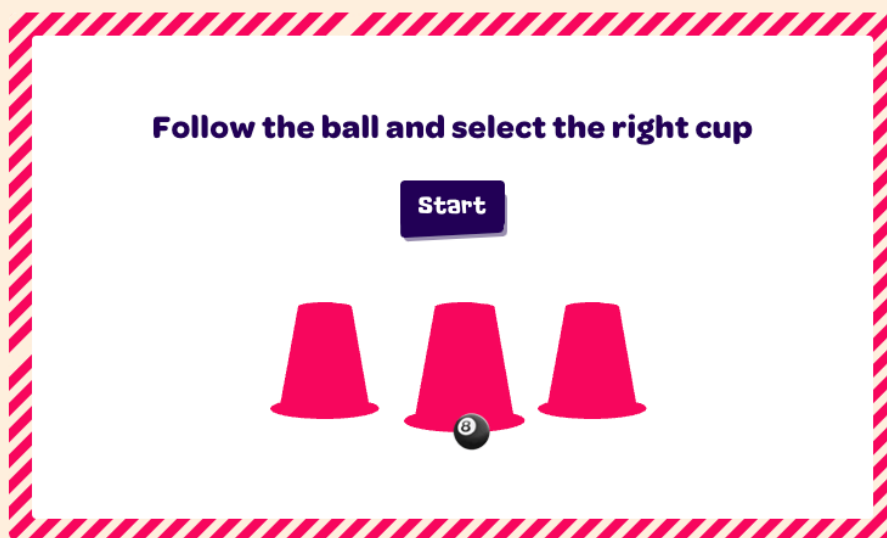
Balletje-balletje

Het spel 'Balletje-balletje' is bij veel mensen bekend en is leuk om met vrienden te spelen.

De uitdaging is om de bal onder een van de cups te volgen. De cups worden geschud, waarna de deelnemer de juiste cup moet kiezen die de bal vasthoudt.

Dit spel biedt de mogelijkheid om de cups te voorzien van branding. Omdat de deelnemer goed naar de bekers moet kijken, is het een leuke methode om de naamsbekendheid te vergroten.

Bezoek Balletje-balletje



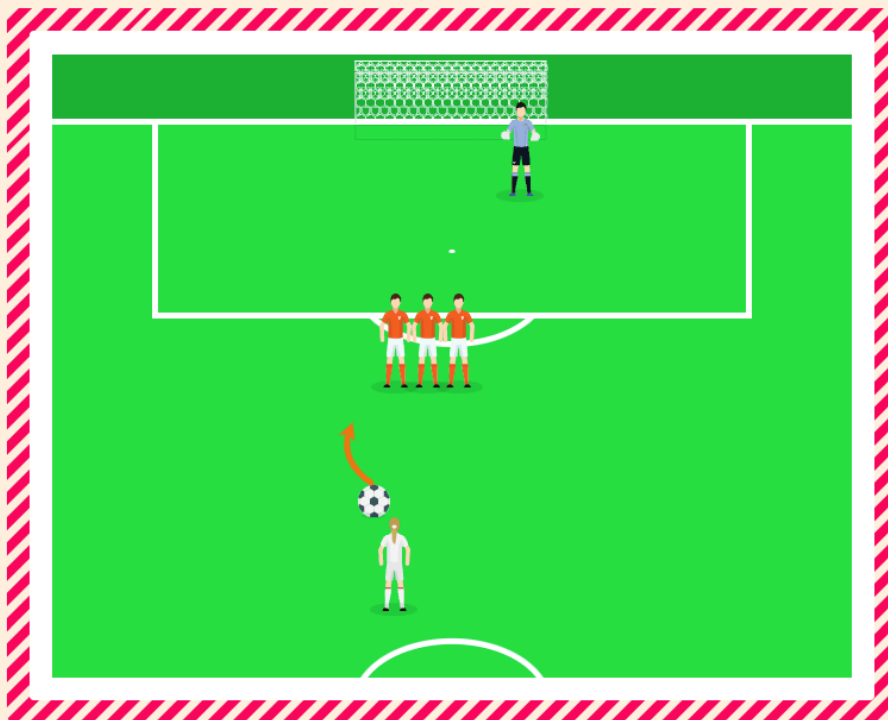


Voetbal Vrije Trap

Het voetbal vrije-trap spel wordt vaak gebruikt tijdens voetbal-toernooien, zoals EK- en WK-voetbal. We hebben het heel eenvoudig gemaakt om je merk- en campagnemiddelen in deze voetbal game te verweven.

Het voordeel van een voetbal game tijdens een groot voetbaltoernooi is de hoge conversie en de aanzienlijke interactietijd van de deelnemer met jouw merk.

Bezoek Voetbal Vrije Trap



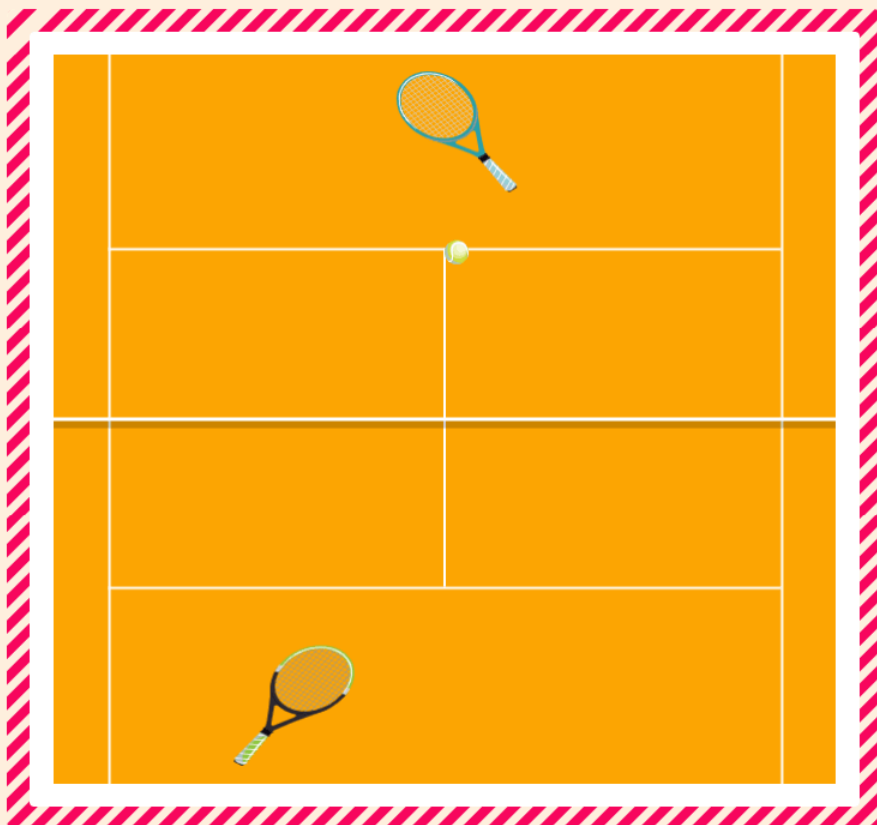


Tennis

Ons tennisspel is leuk, interactief en een beetje verslavend. Veel van de deelnemers spelen het tennisspel meerdere keren. Dit maakt deze skill game perfect voor branding en engagement.

Het tennisspel kan volledig worden aangepast. Er kunnen bijvoorbeeld billboards worden toegevoegd of branding op de tennisbaan.

Bezoek Tennis



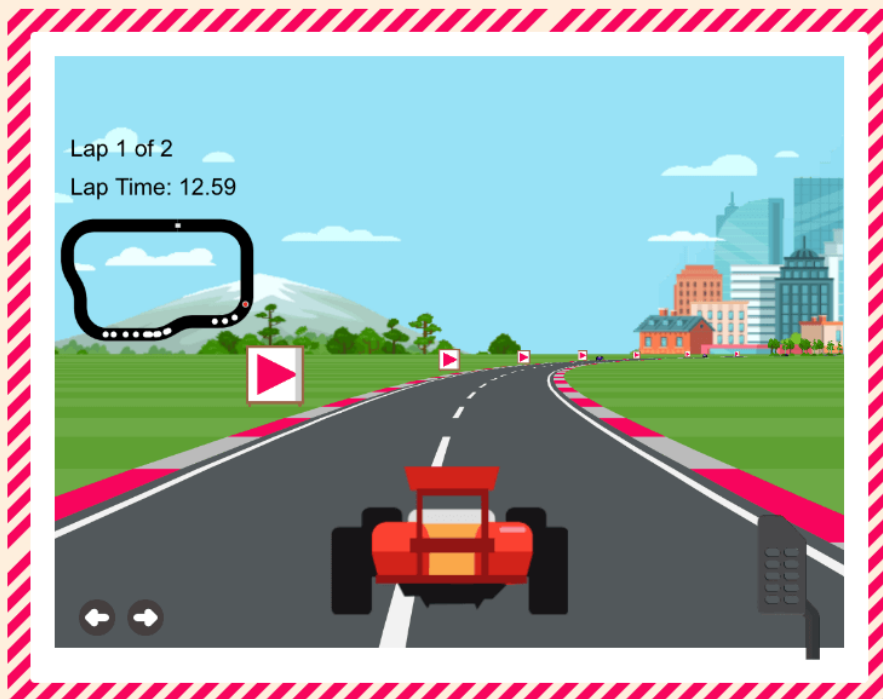


Auto Race

Een autorace spel is uitdagend, leuk en behoorlijk verslavend. Veel deelnemers spelen het spel meerdere keren. Dit betekent dat deelnemers langdurig op een positieve en interactieve manier met uw merk bezig zijn.

Onze autorace game heeft de mogelijkheid om het ontwerp van alle assets aan te passen, zoals de auto, het landschap en billboards. Dit maakt het jouw unieke autoracespel.

[Bezoek Auto Race](#)





Over Ratsibambam

Onze gamification concepten verhogen de conversie voor data building, audience interaction en brand engagement!

Naast onze maatwerk games, bieden we ook 15 'pre-built' game concepten met een eindeloze variatie aan mogelijkheden voor lang speelplezier, optimale conversie en een geweldige brand experience.

Pre-built Game Concepten

Meer informatie en demo's vind je op onze website

Klik hier