

Szaleństwo w Żappce! Ponad milion postaci Żabu!

Gra mobilna Żabu ma już ponad milion użytkowników. Od lipca br. gracze mogą korzystać z nowych funkcjonalności

Pod koniec marca br. sieć Żabka zakończyła testy gry Żabu i udostępniła ją wszystkim użytkownikom aplikacji mobilnej Żappka. W ciągu trzech miesięcy hodowli i opieki nad własnym Żabu podjęto się ponad milion użytkowników aplikacji, a prawie 13 tysięcy z nich ukończyło grę. To jedyna taka na europejskim rynku retail gra. Największą popularnością cieszy się wśród osób w wieku od 20 do 24 lat. Najpopularniejszy asset do gry, na jaki dotychczas gracze wymieniali swoje żappsy, to bilety na koncert The Żabing Stones. Od 27 lipca br. w grze Żabu dostępne są nowe funkcjonalności oraz można w jej ramach zdobyć jeszcze więcej atrakcyjnych nagród.

– Cały czas pracujemy nad rozwojem i doskonaleniem gry Żabu, aby maksymalnie dopasować ją do oczekiwań odbiorców. Dostrzegamy duży potencjał w zakresie prezentowania w grze rozwijanych przez nas we współpracy z partnerami produktów i usług, a także w zakresie integrowania świata Żabu z najnowszymi technologiami. Chcemy jak najlepiej personalizować przekaz i uatrakcyjnić tym samym korzystanie z modułu. Żabu w nowej, odświeżonej odsłonie będzie jeszcze bardziej interaktywne, co oznacza, że będzie reagować – dosłownie – na działania gracza – mówi Sebastian Szaraniec, Marketing Communication & Innovation Director w Żabka Polska.

Wśród nowych funkcjonalności udostępnionych w grze znalazły się m.in.: przywracanie Żabu do życia za żappsy, magiczne eliksiry, które umożliwią skok na wyższy poziom gry lub podniesienie parametrów życiowych Żabu, nowe minigry, w ramach których użytkownicy mają możliwość rywalizacji z innymi graczami oraz uzyskania darmowych produktów. W Żabu na początku sierpnia pojawią się również misje, czyli znane i lubiane z aplikacji Żappka wyzwania, ale w odsłonie Żabu.

Przeprowadzono także *redesign minigier* oraz wprowadzono możliwość rywalizacji między użytkownikami. Została wprowadzona tablica wyników, pozwalająca na bieżąco śledzić stan rywalizacji, a trzech najlepszych graczy co tydzień otrzyma kupon na darmowy produkt. Gracze mogą liczyć także na nowe nagrody w trakcie całej gry, takie jak zniżki żappsowe, vouchery na zniżki do partnerów czy zniżki do wykorzystania w sklepach autonomicznych Żabka Nano.

W grze promowane będą także zdrowe nawyki żywieniowe – wśród produktów do wygrania w „Łap porcję DobregoGO!” pojawią się dobrze znane z oferty sieci Żabka produkty, takie jak płynne owocowe przekąski Foodini, shoty s! czy sałatki Dobra Karma.

Jedyna na europejskim rynku retail gra dostępna w aplikacji

Żabu to wykonana w animacji 3D wirtualna żaba, która reaguje na zachowania klienta: rozwija się i zdobywa kolejne poziomy, w zależności od dokonywanych przez gracza zakupów, również tych realizowanych dzięki zebranych na koncie żappsom. Użytkownicy mają możliwość personalizowania swojej postaci Żabu poprzez zakup różnego rodzaju akcesoriów. Gra polega na hodowli i regularnej opiece nad stworzoną przez siebie postacią Żabu. Po osiągnięciu wybranych poziomów, na graczy czekają skrzynki z nagrodami – darmowe żappsy, produkty czy zniżki na zakupy.



Za koncepcję kreatywną oraz kompleksowe stworzenie modułu Żabu dla systemów iOS/Android (wraz z back-end'em opartym o rozwiązanie MS Azure) odpowiada agencja 180heartbeats + JUNG v. MATT. Partnerami technologicznymi projektu są również: Future Mind, Synerise i Netguru. Obsługę w social mediach zapewnia agencja Cukier.

Użytkownicy Żappki wybrali Żabu

Opracowanie gry poprzedziły badania wśród użytkowników aplikacji Żappka – najwyżej ocenianym przez nich pomysłem było właśnie wdrożenie gry (aż 85% wskazań). Badania miały także na celu wyselekcjonowanie funkcjonalności, które są najbardziej atrakcyjne dla klientów sieci – respondenci bardzo wysoko ocenili grywalizację. W trakcie testów pytano również o optymalny wygląd gry oraz jej nazwę. Aż 80% użytkowników z grupy docelowej wybrało Żabu.

Żappka wśród najpopularniejszych aplikacji mobilnych w Polsce

Aplikacja Żappka została wprowadzona na rynek cztery lata temu. Obecnie jest jedną z najpopularniejszych aplikacji mobilnych w Polsce – została pobrana już ponad 11 mln razy, a aktywnie korzysta z niej ponad 6 mln użytkowników. To pierwszy na rynku ekosystem łączący w sobie mechanizm programu lojalnościowego oraz działań wpływających na aktywność i zaangażowanie klienta. Pozwala na gromadzenie punktów (żappsów) i wymiany ich na produkty dostępne w sklepach. Za pomocą aplikacji można również uzyskać dostęp do wygodnych usług i unikalnych rozwiązań, takich jak „Kawonament”, czyli abonament na kawę, czy wspomnianej wciągającej zabawy grywalizacyjnej Żabu.

Aplikację można bezpłatnie pobrać ze sklepów mobilnych Google Play, Apple App Store i Huawei AppGallery.

Więcej informacji na: <https://www.zabka.pl/aplikacja-zappka>

Żabka Polska Sp. z o.o. jest właścicielem najszybciej rozwijającej się sieci sklepów typu *convenience* w Polsce i jednym z najbardziej dynamicznych formatów na świecie, otwierając ponad 4000 nowych sklepów w latach 2016-21. Ponad 17 milionów konsumentów mieszka nie dalej, niż 500 m od najbliższej Żabki. W ramach strategii odpowiedzialności Żabka podjęła się zobowiązań w zakresie dobrego żywienia, usług ułatwiających zrównoważone życie, rozwoju przedsiębiorczości, różnorodności i włączającej kultury organizacyjnej, ładu korporacyjnego oraz dekarbonizacji i cyrkularności. Więcej informacji o spółce Żabka Polska na: www.zabka.pl. Informacje o Grupie Żabka można znaleźć na: www.zabkagroup.com. Link do Raportu Odpowiedzialności za rok 2022: <https://zabkagroup.com/pl/nasza-odpowiedzialnosc/>

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe
e-mail: biuro.prasowe@zabka.pl
tel. +48 514 877 509