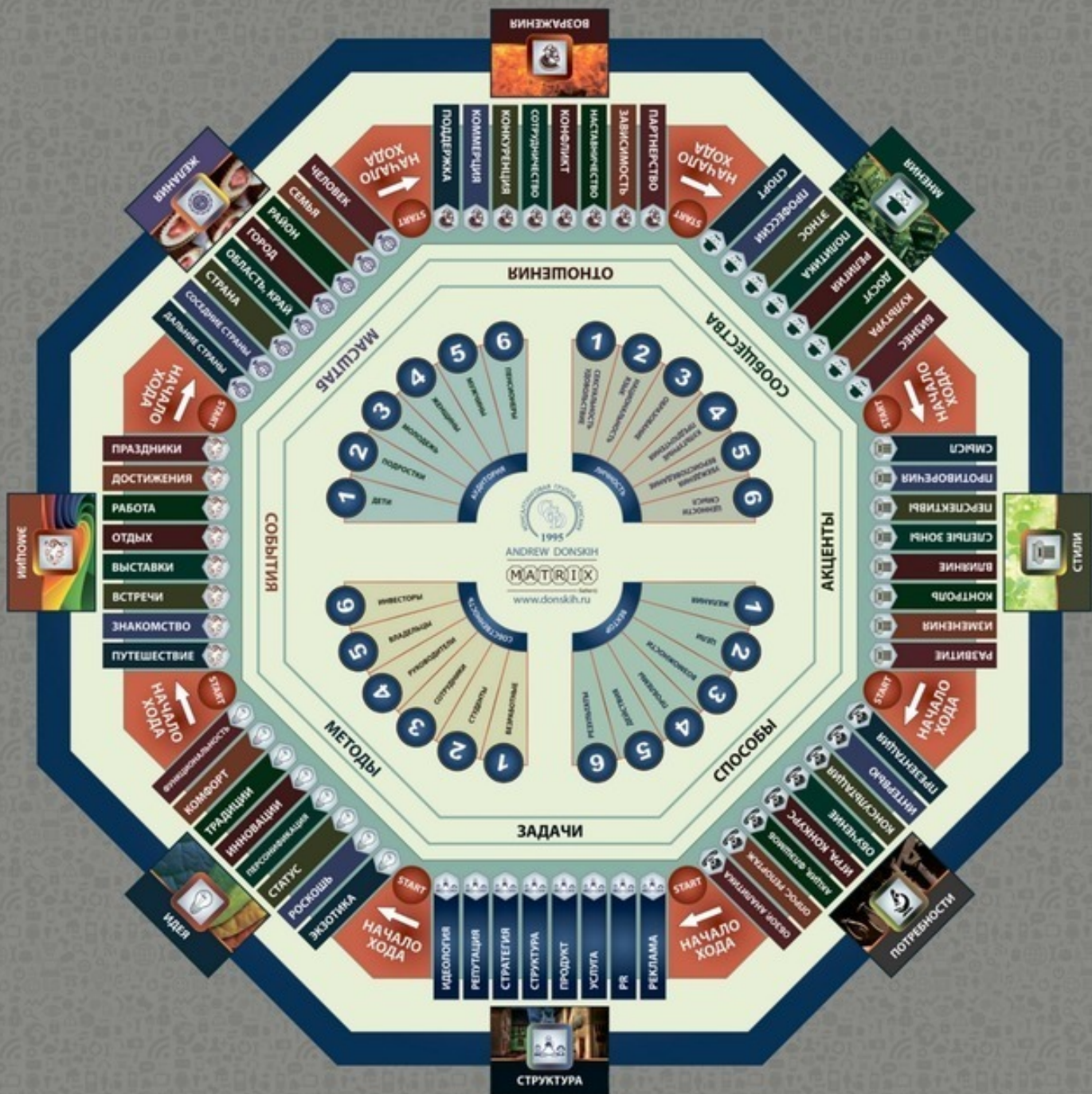


Андрей Донских



Matrix

От игры к консалтинговому проекту

Практическое пособие для игротехников

Андрей Донских

**MatriX. От игры
к консалтинговому проекту**

«Издательские решения»

Донских А.

MatriX. От игры к консалтинговому проекту / А. Донских —
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-747377-8

В книге рассмотрен авторский опыт проведения игры MatriX с корпоративными клиентами. Она адресована игротехникам, заинтересованным в монетизации игровых методик. По сути это кейс с инструментами для перевода деловой игры в полномасштабный консалтинговый проект. Помимо описания методики игры MatriX даны рекомендации по подготовке итоговых отчетов, позволяющие предложить клиентам дополнительные услуги. Всем остальным книга поможет сделать процесс вхождения в игру более понятным и комфортным.

ISBN 978-5-44-747377-8

© Донских А.
© Издательские решения

Содержание

Рецензии	6
Вступление	7
Глава 1.	8
1.1. Об игре из первых уст	8
1.2. Выбор аудиторий	10
Конец ознакомительного фрагмента.	11

**MatriX. От игры
к консалтинговому проекту
Практическое пособие для игротехников
Андрей Донских**

© Андрей Донских, 2016

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Рецензии

«Андрей Донских написал замечательную книгу по игре MatriX, в которой соединил историю личного опыта работы с ней, начиная с первых шагов применения, с подробной инструкцией по практическому использованию. Легкий стиль изложения погружает читателя в игровой процесс, включая размышления о поиске Клиентов и определения вариантов взаимодействия с ними. Уверен, после выхода книги в свет, MatriX окончательно перейдет из статуса „настольной игры“ в разряд консалтинговых фасилитационных методик. Мне, как автору игры, приятно и интересно наблюдать за развитием способов и уровней ее применения. Убежден, книга „MatriX. От игры к консалтинговому проекту“ в скором времени займет свое постоянное место на рабочих столах игротехников, бизнес-тренеров и специалистов по консалтингу».

*Евгений Геллер,
автор деловой игры MatriX.*

«Прочитал на одном дыхании. Во-первых, спасибо Андрею Донских, он очень хорошо и четко описал, в том числе, и мои ощущения от знакомства с инструментом MatriX. Во-вторых, Андрей глубоко продемонстрировал суть методики MatriX. Он показал, как с ее помощью можно вывести клиента на решение его задачи, а также определить пути реализации уже выработанного решения! Книга красочно сдобрена живыми и яркими примерами из игровой практики автора. И в третьих, Андрей наглядно показал, как от игры перейти к реальным действиям и получить ощутимую пользу для конечных заказчиков. Очень рекомендую к прочтению всем игротехникам как практический прикладной кейс, а также тем, кто занимается консалтингом и услугами для своих бизнес-клиентов».

*Сергей Евстифеев,
управляющий партнер Корпорации Росгеймз.*

«Андрей Донских на примере игры MatriX приглашает читателей совершить захватывающее путешествие в мир деловых игр. Отмечу, что это настоящее практическое пособие, написанное в доступной и увлекательной форме. Ее прочтение дает возможность глубоко погрузиться в методику MatriX и осознать важность подготовки с учетом нюансов специфики корпоративных клиентов, нюансов проведения деловой игры и предоставления итоговых отчетов. Для меня, как игротехника, особенно полезным оказалось изобилие практических инструментов и приемов, подробно описанных автором. Добавлю, книга займет почетное место в моей домашней коллекции профессиональных книг. Советую всем, кто имеет отношение к деловым играм, обязательно ее прочесть».

*Елена Беженарь,
бизнес-тренер, игротехник.*

Вступление

2015. Лето. Июль. Разгар рабочего дня. Звонок на мобильный с незнакомого номера. Девушка: *«Здравствуйте. Это Андрей Геннадьевич? Вам поступила посылка, которую вы можете получить...»*.

Ура! Ну, наконец-то после оплаты и томительного двухнедельного ожидания у меня в руках оказался именной комплект деловой игры MatriX непосредственно от ее автора Евгения Геллера. И уже на послезавтра в переписке через Facebook у нас запланирована игра-обучение по Skype продолжительностью 1,5 – 2 часа.

Мое заочное знакомство с MatriX началось примерно за полгода до описываемых событий. Так, в один из дней в поисках нового эффективного рабочего инструмента я зашел на сайт Магазина бизнес-игр. Из всего разнообразия представленных коробочных версий психологических и бизнес-игр взгляд как-то сразу выхватил «космическую» стоимость двух. Это были – MatriX и Genesis. Автором обеих игр оказался Евгений Геллер.

Именно он в 2013 году создал деловую игру MatriX как одну из форм сопровождения предвыборных технологий в Латвийской Республике. С ее помощью за короткое время было разработано несколько дополнительных способов коммуникации с избирателями, имеющими разный уровень гражданской активности. В настоящее время MatriX и ее специализированные версии Senator и Бренд-практик применяются в качестве креативных игровых платформ для обсуждения бизнес-проектов, творческих совещаний в издательствах, редакциях СМИ, PR-агентствах, рекламных кампаний в рекламных и брендинговых агентствах.

Внимательно перечитав описание еще раз, понимаю, MatriX – это именно то, «что и мне доктор прописал!». Ее, в зависимости от поставленной задачи, можно использовать:

- для проведения стратегической сессии, в результате которой формируется стратегия, объединяющая в себе несколько направлений, проявившихся в ходе игрового процесса;
- в качестве тренинга креативности, направленного на поиск нестандартных решений, подходов и способов реализации найденных идей;
- как форму тренинга командообразования с акцентом на совместную работу, определением ролей игроков в команде с их последующим эффективным применением.

После столь неожиданного озарения отыскать Евгения Геллера в социальных сетях, задружиться с ним в Facebook и обсудить условия партнерства было уже просто делом техники.

Себя считаю игротехником со стажем, за плечами которого:

- разработка и многократное проведение корпоративных деловых игр, в том числе и авторских;
- написание и издание книги «Корпоративные деловые игры. Методика разработки и проведения. Практическое пособие для бизнес тренеров»;
- проведение мастер-классов и продажа методик деловых игр коллегам – бизнес-тренерам из Казани, Перми, Кисловодска, Красноярска, Москвы и т. д.

Однако, в предвкушении Skype-сессии волнуюсь как школьник, ожидающий знакомства и погружения в пока еще неизвестную, но очень притягательную тему...

Глава 1.

Погружаемся в MatriX

1.1. Об игре из первых уст



Колонки к компьютеру подключены. Микрофон в очередной раз проверен. На столе расстелено еще пахнущее типографской краской игровое поле. На нем разложены восемь колод карточек. Рядом кучкой вывалены разномастные фишки, «реквизированные» из домашних игр младшего сына, и разноцветные кубики на 6 и 8 граней, в поисках которых пришлось накануне объездить несколько специализированных магазинов Ижевска.

Все готово. В назначенное время раздается видео-звонок и после коротких взаимных приветствий Евгений Геллер начинает процесс объяснений, из которого следует, что проведение MatriX, как и любого другого креативного процесса, требует профессиональной фасилитации. Основная задача ведущего игры заключается в поддержании и стимулировании игроков, занятых генерированием идей в рамках обозначенного запроса, и направление группового обсуждения в нужное русло.

В ходе общения с Евгением Геллером становится очевидным, что MatriX имеет множество вариантов проведения. В зависимости от запроса и групповой динамики ведущий может изменить ход игры, например, вести ее в обратном направлении. Может предложить игрокам вместо бросания кубиков выбирать для анализа наиболее интересные с точки зрения специфики бизнеса компании (ее игрового запроса) или комфортные разделы игрового поля. Либо, наоборот, сконцентрироваться на самых неподходящих для них местах или зонах риска.

Игровое поле MatriX размером 800 на 800 мм (Рисунок 1) состоит из трех кругов:

- «Выбор аудитории»;
- «Выбор контекстов обсуждения»;
- «Работа с карточками».

На прохождение каждого из них обычно требуется 3—4 часа. Максимальное число игроков составляет 8 человек. Все они включены в проработку и обсуждение конкретного запроса.

За увлеченным обсуждением и фиксированием на бумаге «фишек» и нюансов работы на каждом из этапов игры время Skure-сессии пролетает словно один миг...

После разговора с Евгением Геллером весь последующий вечер и еще кусочек ночи, переполняемый эмоциями и буквально забыв обо всем, я увлеченно переставляю фишки, бросаю кубики и вытаскиваю из колод карточки. Хочется попробовать и понять механику игры на собственном примере. В качестве «полигона» для эксперимента выбираю один из своих образовательных продуктов – коммуникативный тренинг «Выигрывай переговоры. Любые!».

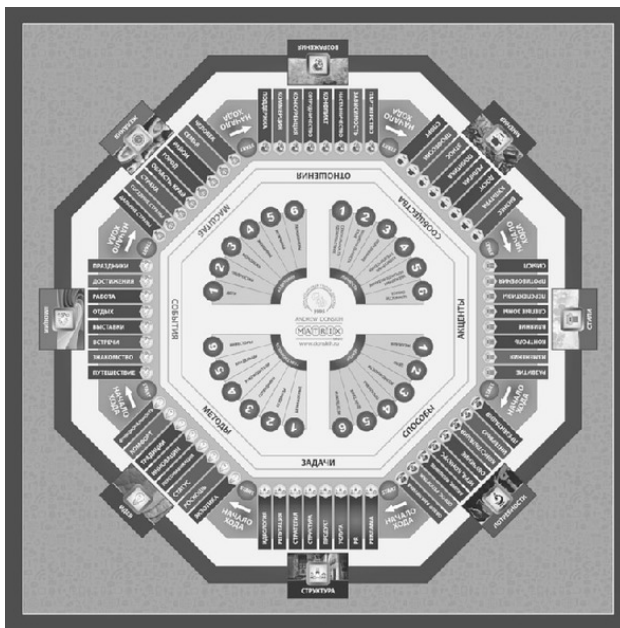


Рисунок 1. Пример базового игрового поля деловой игры Matrix

Этот тренинг активно провожу, начиная с 2013 года и в открытом, и в корпоративном форматах. В ходе 16-ти часового тренинга участники:

- Повышают эффективность проведения переговоров различного уровня;
- Осваивают техники эффективного убеждения и опровержения позиций при проведении переговоров;
- Учатся противодействовать манипуляциям;
- Отрабатывают техники выхода из трудных ситуаций, возникающих в ходе делового общения;
- Учатся управлять собственными эмоциями.

Мне хочется найти новые способы продвижения этой учебной программы. Но прежде, следует определиться с целевой аудиторией. С центральной части поля и начинаю детальное знакомство с игрой MatriX.

1.2. Выбор аудиторий

Таблица 1. Сегментация аудитории в деловой игре Matrix

Собственность: 1. Безработные 2. Студенты 3. Сотрудники 4. Руководители 5. Владельцы 6. Инвесторы	Аудитория: 1. Дети 2. Подростки 3. Молодежь 4. Женщины 5. Мужчины 6. Пенсионеры
Личность: 1. Сексуальность, удовольствие 2. Национальность, язык 3. Образование 4. Культурные предпочтения 5. Убеждения, вероисповедание 6. Ценности, смысл	Вектор: 1. Желания 2. Цели 3. Возможности 4. Проблемы 5. Действия 6. Результаты

Игровой процесс происходит в центре поля MatriX, разбитого на 4 раздела:

- «Собственность»;
- «Аудитория»;
- «Личность»;
- «Вектор».

Каждый из разделов, в свою очередь, поделен еще на 6 сегментов. Целью этапа является сегментация целевой аудитории по различным возрастным, психографическим и поведенческим характеристикам.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.