LES ENJEUX

POKER MARKETING

Winamax Legends : Winamax met un coup de jeune à sa gamification

Vincent Reynaert

Publié le 3 octobre 2025 . Lecture estimée : 2 min

Treize ans après Guns & Glory, Winamax remet la gamification au cœur de son ADN avec le lancement des Winamax Legends. Pas de gains financiers, mais une promesse : réinventer l'expérience de jeu en ligne avec badges, trophées et hiérarchies pour réveiller l'esprit communautaire et compétitif de ses joueurs.

En 2012, Winamax avait créé l'événement en lançant le concept Guns & Glory : un dispositif de gamification qui récompensait les joueurs au-delà des simples gains. Le concept s'est essoufflé avec le temps, mais il a laissé une empreinte notamment auprès des joueurs ayant une appétence pour le jeu en communauté. Aujourd'hui, Winamax choisit de réactiver cet héritage, tout en l'adaptant aux usages modernes.

Des badges évolutifs pour rythmer le jeu

Les Winamax Legends reposent sur un système de badges, chacun décliné en huit niveaux hiérarchiques. Ces distinctions ne rapportent pas d'argent, mais elles offrent une reconnaissance symbolique forte : afficher ses performances à la table, montrer sa progression et collectionner les preuves de ses faits d'armes. Cette mécanique vise à stimuler la motivation intrinsèque des joueurs, qu'ils soient réguliers ou occasionnels.

Les trophées, vitrines des grandes réussites

En parallèle des badges, Winamax introduit des trophées emblématiques. Le plus marquant : celui de l'Expresso Million, accessible à tout joueur ayant participé à une partie dotée d'un jackpot d'un million. Ces trophées, visibles par les autres joueurs, renforcent la dimension sociale et compétitive, en ajoutant une couche de storytelling individuel à chaque parcours.

Les joueurs auront la possibilité de choisir les badges qu'ils souhaitent montrer à leurs adversaires pour intimider ou cacher leur réel niveau.

Il est à noter que les Winamax Legends ne concernent ne concerne dans un premier temps que l'activité poker de Winamax mais l'opérateur travaille déjà sur sa déclinaison pour le pari sportif.

Un pari communautaire et marketing

Avec les Winamax Legends, la room au W rouge capitalise sur son ADN : une marque qui fédère, qui crée du lien et qui aime bousculer les codes. La démarche n'est pas seulement ludique, elle est aussi stratégique. Dans un marché où la fidélisation est clé, gamifier l'expérience est une manière d'ancrer l'engagement dans le temps.

Les premiers retours diront si les joueurs adoptent ce nouvel univers. Mais une chose est sûre : en revisitant Guns & Glory, Winamax rappelle qu'en matière d'innovation marketing, elle n'a pas l'intention de se reposer sur ses acquis.