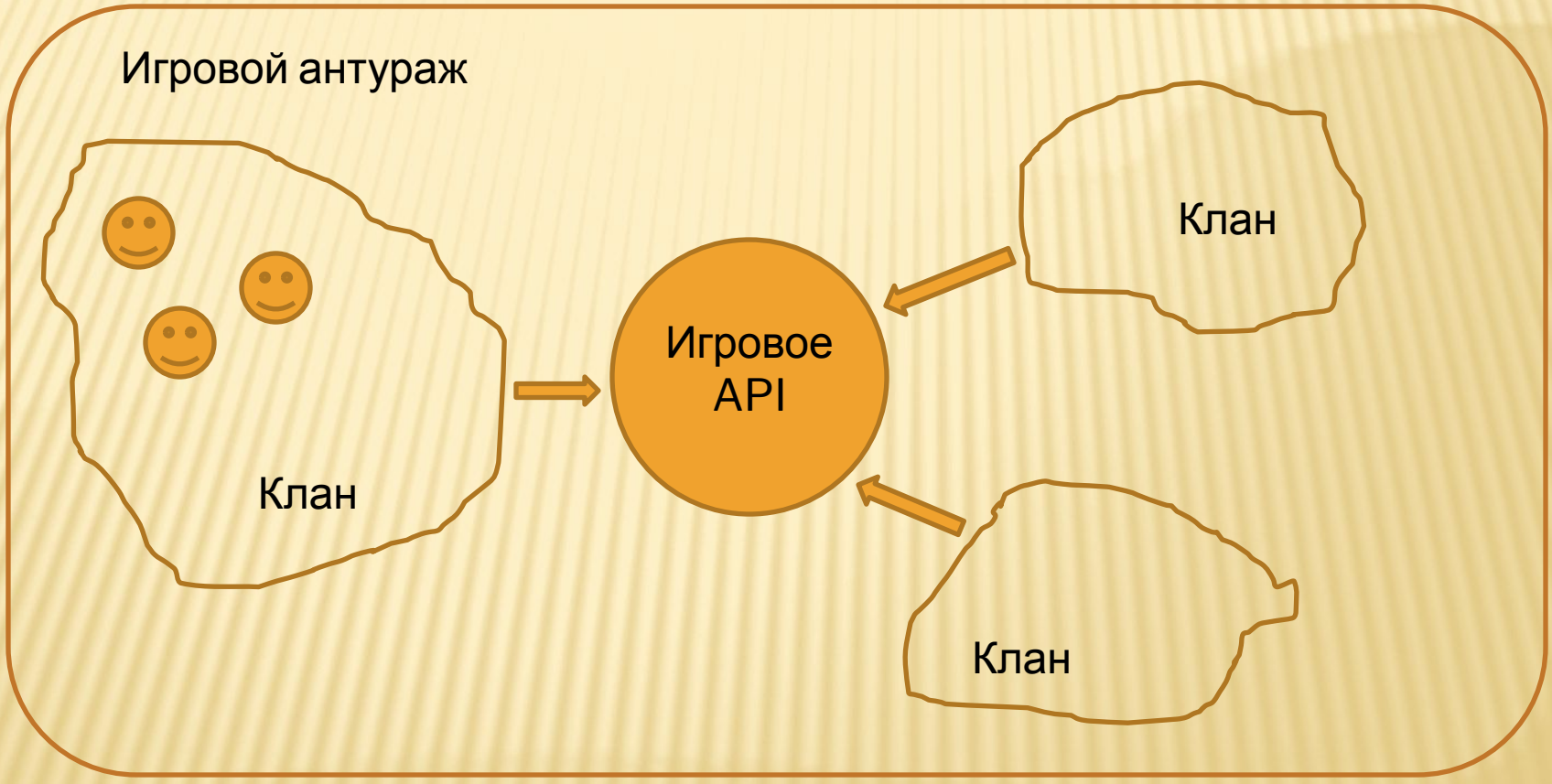
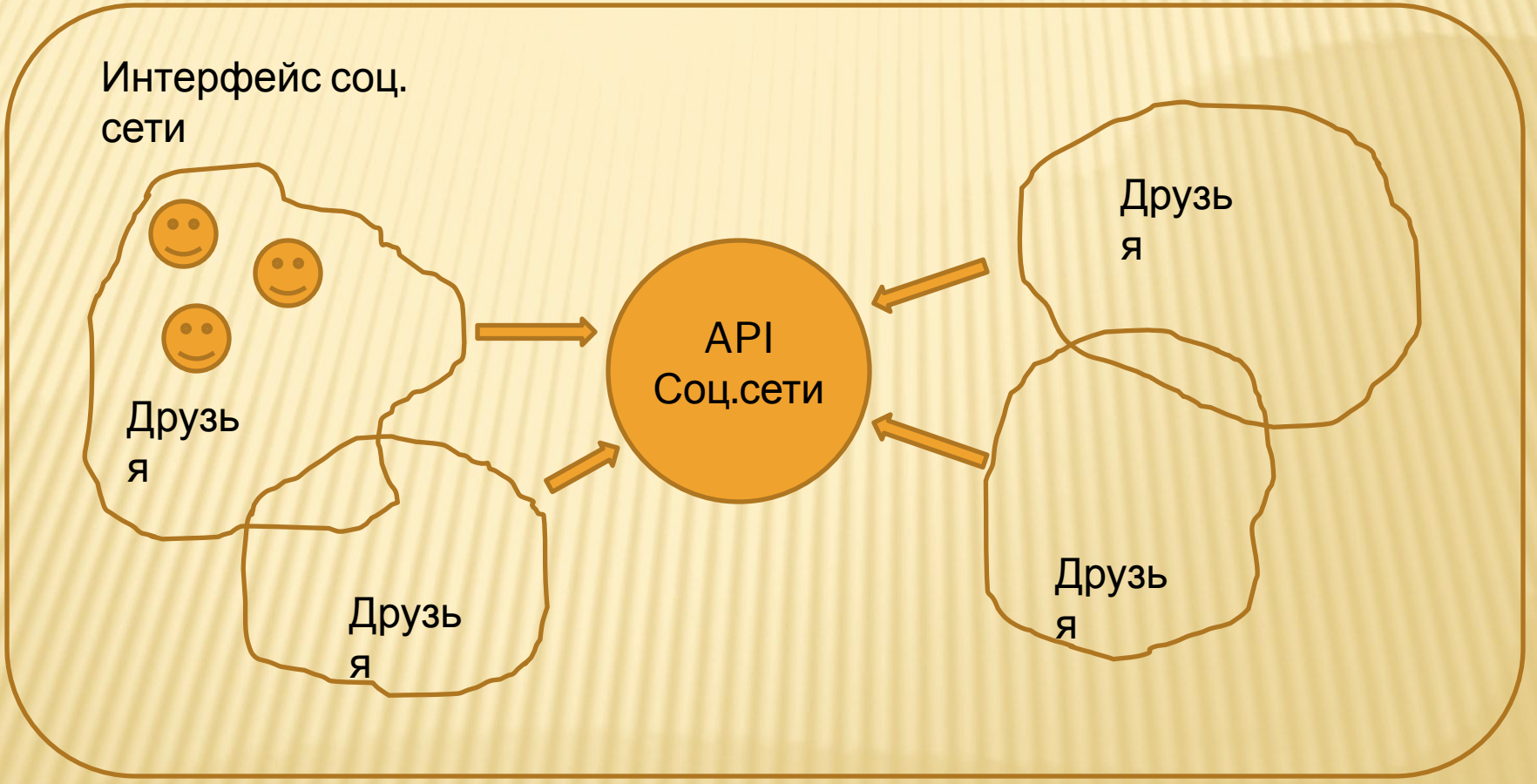
Виталий Хить, компания «Абсолютист»

ИГРЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

ОНЛАЙН ИГРА КАК МИКРО СОЦ. СЕТЬ



СОЦ. СЕТЬ КАК МАКРО ОНЛАЙН ИГРА



Онлайновики, вы

МОТИВАЦИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

Онлайн игра	Соц. сеть
Изображение навороченного героя с кучей оружия	Фото себя любимого в плавках на фоне бассейна в Турции
Арсенал вооружения	Музыкальная подборка
Добытый артефакт	«Сенсационная новость», разосланная друзьям
Завалить «знакомого» противника	Оставить на стене надпись – «Муся, я тебя люблю!!!»

Онлайновики, вы

ВИДЫ СОЦ. СЕТЕЙ

- facebook.com
- vk.com
- odnoklassniki.ru
- twitter.com

СОЦ. СЕТИ ОБЩЕГО НАЗНАЧЕНИЯ

- Примеры: facebook, myspace
- Особенности
  - Широкая аудитория
  - Сформированное комьюнити
  - Передовое API
  - Сформированная монетизация
- (+) Лучшие площадки для социальных игр
- (-) Конкуренты вкладывают миллионы

РАЗВИВАЮЩИЕСЯ СОЦ. СЕТИ ОБЩЕГО НАЗНАЧЕНИЯ

- Примеры: vk
- Особенности
  - Специфическая аудитория
  - Перекос на локальные рынки
- (+) Игровые стартапы дешевле
- (-) Постоянные изменения
- (-) Монетизация в процессе формирования

СОЦ. СЕТИ СПЕЦИАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ

- Примеры: odnoklassniki, linkedin
- Особенности
  - Сформированы для специализированной активности пользователей
  - Имеют ограничения в API
- (-) Как сами соц. сети, так и пользователи не готовы к игровому процессу

ЭКЗОТИЧЕСКИЕ СОЦ. СЕТИ

- Примеры: twitter
- Особенности
  - Специализированный механизм общения пользователей
  - Специализированное API
  - Несформированный маркетинг
- (+) Не паханное поле для игроделов
- (-) Сложная реализация игр

ПРИМЕР «МИНИМАЛЬНОЙ» СОЦ. ИГРЫ

Логи твиттера

ibestuzhev: @vkhit
http://publ.net/chess/e4

vkhit: @abestuzhev
http://publ.net/chess/e2e5

ibestuzhev: @vkhit
http://publ.net/chess/e4e5Nf3

Картинка отображаемая по линку

ПОРТРЕТ ТИПИЧНОГО КЛИЕНТА СОЦ. СЕТИ

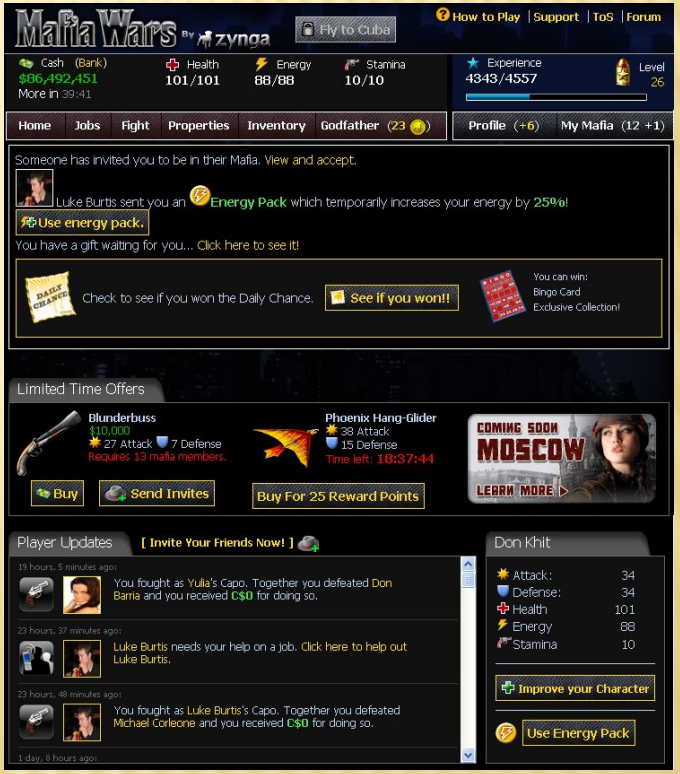
- Средняя активность 10-15 минут
- Недетерминированность времени посещения
- Восприятие большого количества информации малыми порциями
- Наличие как минимум десятка «друзей»
- Периодическое желание делиться информацией

ВИДЫ ИГР ДЛЯ СОЦ. СЕТЕЙ

- HTML игры
- Интерактивные игры
- Игровые порталы
- Мелкие флешки

HTML ИГРЫ (ЭФФЕКТ «БОЙЦОВСКОГО КЛУБА»)

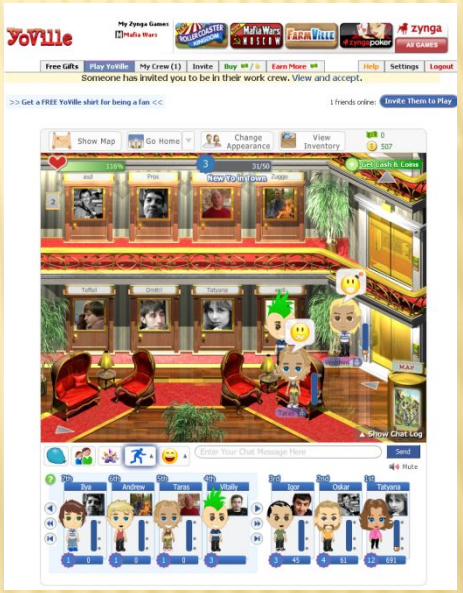
- «Казуальный» вход в игру
- Минимальная игровая сессия меньше 10 мин.
- Игровая необходимость привлечения друзей
- Поддержка игрового интереса помощью друзей друг другу
- Монетизируемые игровые валюты



Онлайновики, вы где?

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ИГРЫ (ЭФФЕКТ «СИМОВ»)

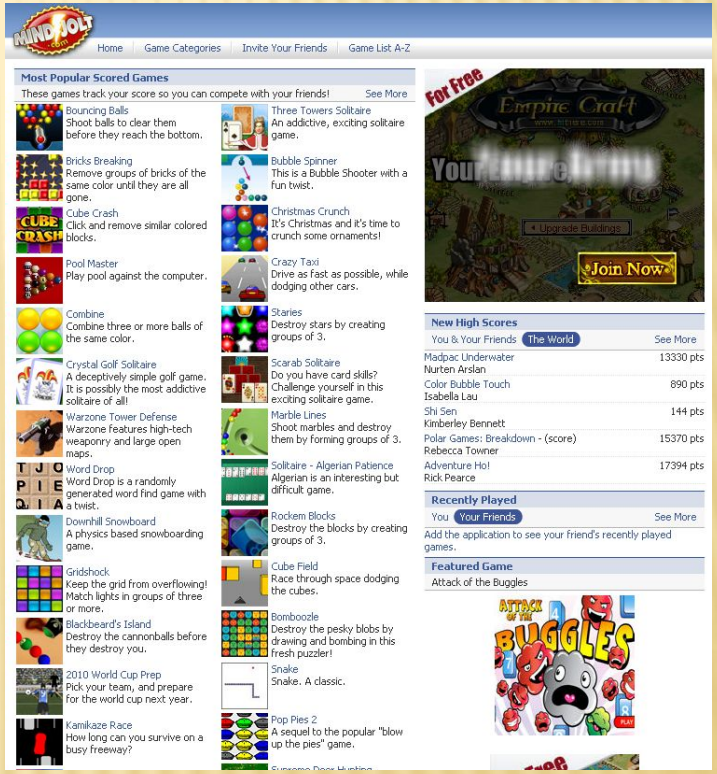
- «Казуальный» вход в игру
- Интерактивное отображение действий игрока
- Две системы общения между друзьями (онлайн/оффлайн)
- Монетизируемые игровые валюты
- Созидательная направленность игр



Флешеры, вы

ИГРОВОЙ ПОРТАЛ (ЭФФЕКТ «МИНИСАЙТА»)

- Полноценный игровой портал
- Схема монетизации как и на обычном портале



МЕЛКИЕ ФЛЕШКИ

- Бренд он и в соц. сетях Бренд
- Поищите свою игру в соц. сети возможно в нее уже играют
- Эффект от обычного выкладывания минимальный
- Все что можно добавить социального должно быть добавлено
- Монетизацию можно улучшить!

Флешеры, вы где?

А ДЕНЬГИ ГДЕ?

- Обычные транзакции
- Микро-транзакции
- Реклама
- Промо себя любимых

ЧТО СТОИТ И ЧЕГО НЕ СТОИТ ДЕЛАТЬ!

Стоит	Не стоит
Выпускать клоны	Выпускать плохие клоны
Уважать право пользователя на приватность	По каждому поводу и без повода сообщать без ведома пользователя о том что он сделал
Делать игру максимально само достаточной	Выкладывать в соц. сеть промо версию базовой игры как самостоятельный продукт
Пытаться монетизировать	Надеяться что бонус в Вашем «Тетрисе» будут активно покупать
Интегрировать социальную составляющую в игровой процесс	Надеяться что «Топ 10» – это «активная составляющая» игрового процесса
Использовать конвертируемую внутри-социальную валюту	Делать ставку на внутри-социальную валюту
Использовать пользователей сети как промотеров	Надеяться что пользовали сами создадут «маркетинговый снежный ком»

ИГРОВОЙ МАРКЕТИНГ В СОЦ. СЕТЯХ

- Корпоративный аккаунт
- Тематические группы посвященные игре/играм
- Привлечение активных пользователей к промоушину
  - системы стимулирования
  - прямое общение с пользователями по законам соц. сетей
- Рекламные компании по продвижению своих соц. игр как в соц. Сетях так и за их пределами

УСПЕШНЫЙ ИГРОВОЙ СТАРТАП В СОЦ. СЕТЯХ

1. Зарегистрироваться в соц. сетях
2. Обрасти десятками друзей
3. Регулярно «тусоваться»
4. Пересмотреть все свои идеи/игры на наличие социальной составляющей
5. Определить схему монетизации проекта
6. Определить схему промоушина проекта
7. Регулярно мониторить статистику и активность в проектах

УСПЕШНЫЙ ИГРОВОЙ СТАРТАП В СОЦ. СЕТЯХ

Выбросить из головы все предыдущие пункты ☺️

СОЦ. СЕТИ – ЭТО НОВЫЙ РЫНОК! ЗДЕСЬ КАЖДОМУ НАЙДЕТСЯ СВОЕ МЕСТО!

ЧТО ПОЧИТАТЬ?

www.insidesocialgames.com

Вопросы?

Спасибо
за
внимание!