

Продвижение в SNS: как получить стабильный 1 млн. DAU и 500 тыс. установок за 1 неделю

Масолова Елена

FlashGamm

05 декабря 2010, г.Киев



PIXONIC

Кто я?

- Масолова Елена
- Основатель фонда AddVenture (\$300К, \$500К, \$5М), 11 портфельных компаний.
- Основатель, член Совета директоров ДарБери (продан Groupon). Самая быстро растущая компания за всю историю Интернета. \$1 млрд.
- CEO издателя игр Pixonic.
- Я – предприниматель, запускаю глобальные компании.



Groupon растет быстрее, чем Amazon, Google и Yahoo.



Способы продвижения в SNS

1. Естественный рост
2. Встроенная виральность (proactive).
Кейс Домовят и Лице-мера.
3. Трафик из баннерки.
4. Кросс-промо (proactive)
5. Реклама. Кейс Золотой лихорадки.
6. Советы по ARPU и DAU.



С помощью вирусных механик можно набирать аудиторию, но нужно понимать процесс и быстро реагировать

Домовята – 150 тыс. за 9 дней без рекламы в ММ.



Лицемер – 1ый млн. за 3 месяца, 2й млн. за 3 недели.

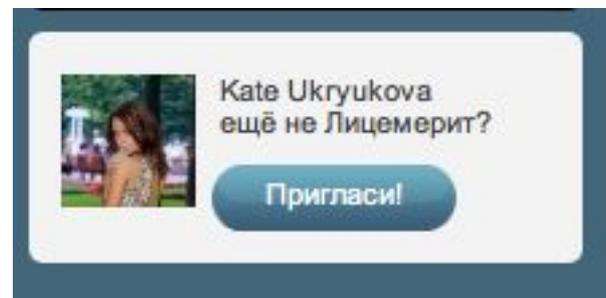
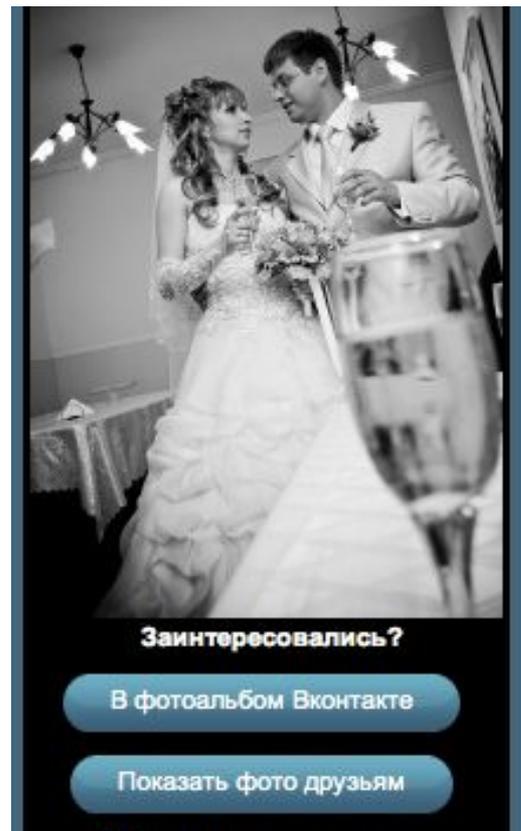


1ый млн. пользователей

Разработчики Лицемера: Олег Козырев,
с мая 2010 г. Fonetica

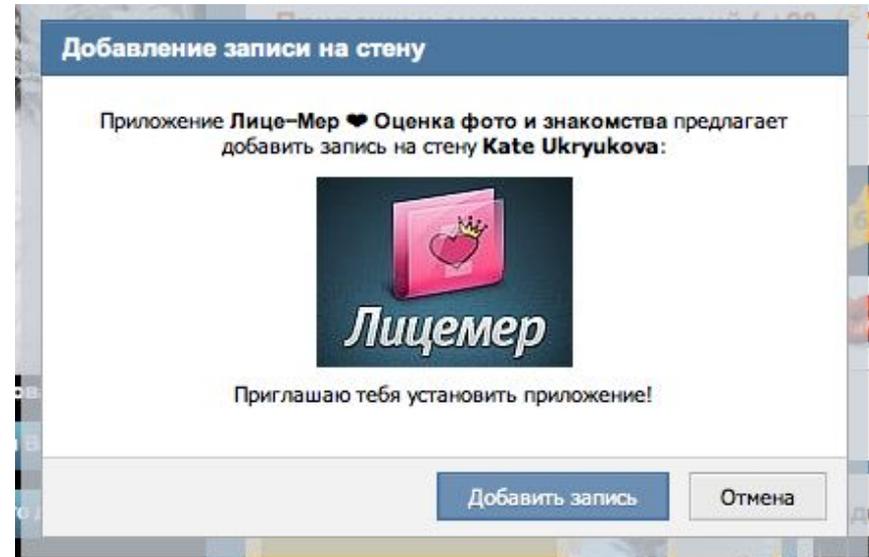
Главное. Использовались все изменения правил, нововведения Вконтакте. Очень быстрая реакция разработчика.

1. ВК продавал рейтинг пользователей разработчикам дешевле. Лицемер стал давать +5 к рейтингу за каждые 50 друзей, приведенных в приложение (пригласить мог даже не сам юзер).
2. Пока ВК не запретил давать бонусы за друзей, давали монеты.
3. Добавить в фотоальбом. Тоже попадало в ньюс-фид.
4. Впервые придумано в Лицемере. Показывалось не просто сообщение «пригласи друга», а тянулась случайная фотка (!) того из друзей другого пола, кто еще не установил. Далее пост на стену



Второй миллион получен за счет грамотного использования дыры Вконтакте

1. Метод API добавления постов на стену друга предполагал, что после поста человек уходит на стену (и значит, не может сидеть и жать на кнопку 100 раз подряд). Но если обновить страницу, то пользователь не уходил на стену и мог «спамить» на стену неограниченно (сообщения со стен тогда еще приходили в почту и работали).



2. Взрывной рост нагрузок привел к проблемам с серверами, приложение не открывалось. ОК решил показывать во время загрузки окно с приглашением друга. Пользователю казалось, что пока он не пригласит, он не зайдет внутрь.



Статусы для возврата аудитории

Когда наступит конец света?

В 2012г. уже готовлюсь	В 2014 Россия проиграет Олимпиаду	В 2018 Россия выиграет ЧМ
---------------------------	--------------------------------------	------------------------------

+1 🗳️ за ответ Информация пойдет к вам в статус! Результаты предыдущих голосований смотрите [здесь](#)

Новая команда Лице-мера (Sonetica) очень эффективно использовала появление статусов в ВК. Пользователю задается небанальный вопрос, в случае любого (!) ответа в статус постится сообщение.



«У Павла Дурова сегодня день рождения. Поздравить его?» Любой ответ постится.



+200 тыс. к DAU



«Ты за или против микроблогов?» + 300 тыс. к DAU



Итог – 1 млн. DAU, множество рекламодателей

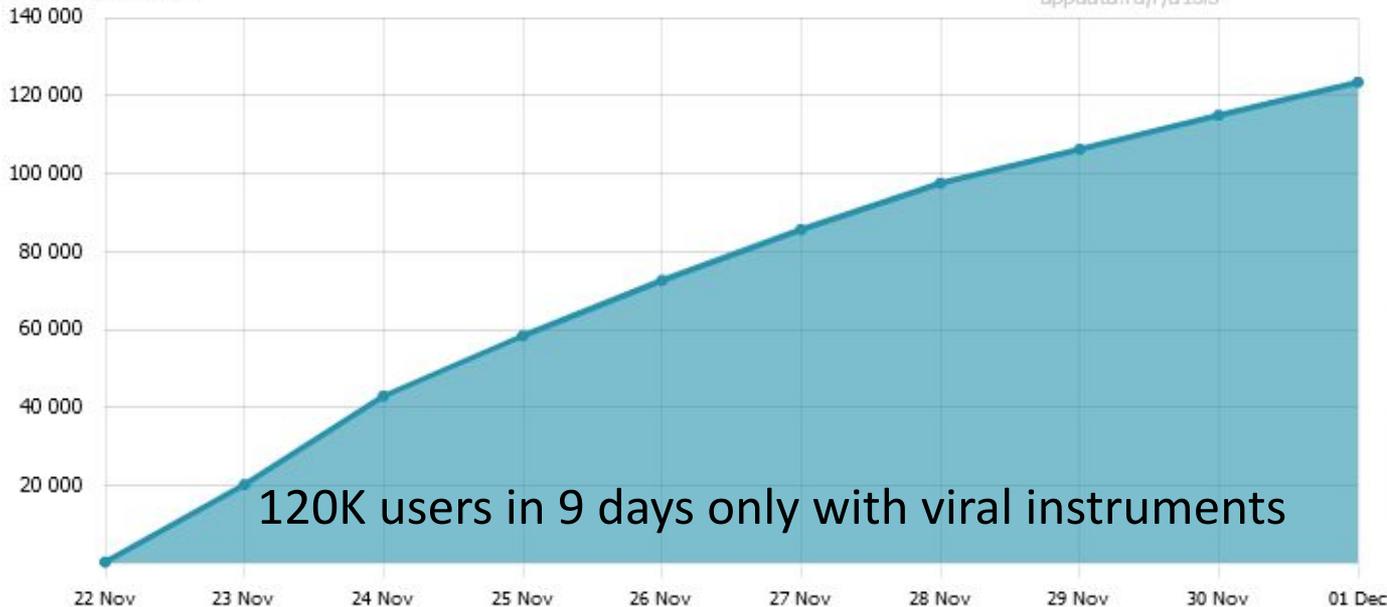


Инструменты виральности в игровых приложениях тоже работают

Количество пользователей

chart by amCharts.com

appdata.ru/r/a193



- Инструменты (пригласи друга, чтобы выполнить задание (а-ля квесты в Frontier), чтобы получить бонус, проинформируй друзей через стену, статус, фотоальбом, ньюс-фид о твоём достижении итд.)
- **Это бесплатный трафик. Глупо его не получать. А достойная реализация сделана у единиц.**
- Мы активно используем виральность в платформе PiXAPI. Для

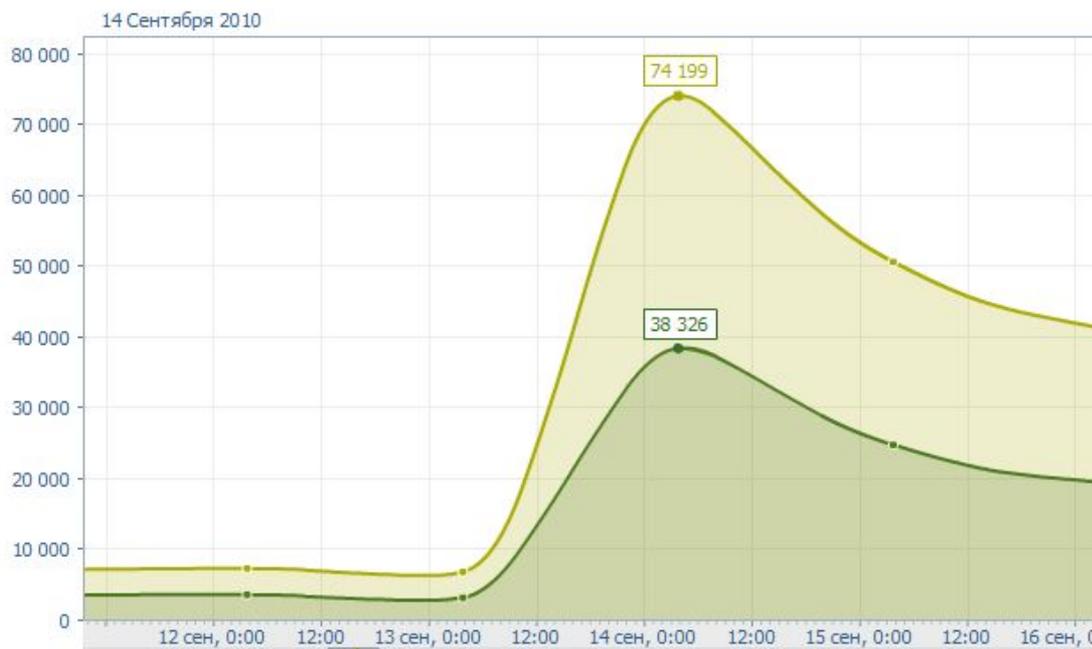


Способы продвижения в SNS

1. Естественный рост
2. Встроенная виральность (proactive). Кейс Домовят и Лице-мера.
3. Трафик из баннерки.
4. Кросс-промо (proactive). Кейс Аэропорта.
5. Реклама. Кейс Золотой лихорадки.
6. Советы по ARPU и DAU.



Запуск «Лихорадки» через акцию в «Аэропорте» – 40 тыс. уникалов в 1 день



- По акции переходит 60% DAU в 1ый день, 40% во 2й.
- Акция – это больше, чем баннер. «Дойди до 2го уровня в Лихорадке и получишь 10 золотых монет в Аэропорте».
- RichAPI позволяет легко (без доп. программирования) делать такие акции.



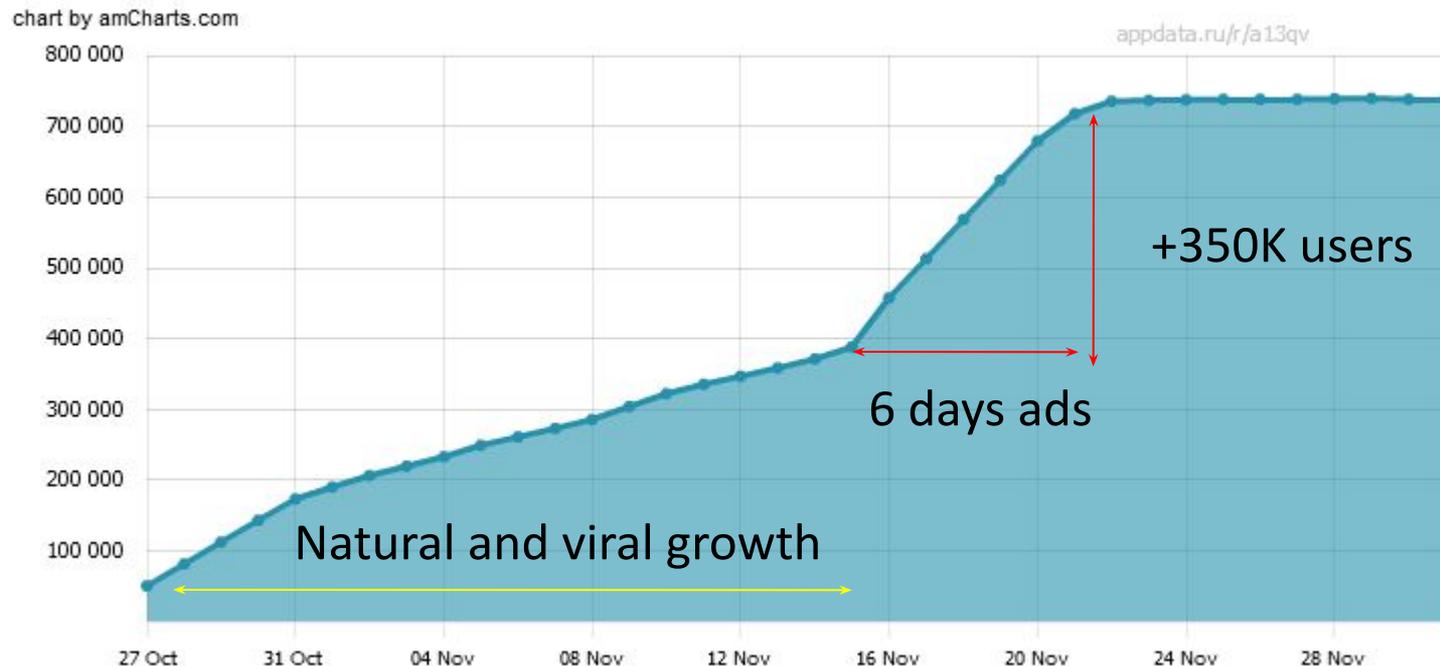
Способы продвижения в SNS

1. Естественный рост
2. Встроенная виральность (proactive).
Кейс Домовят и Лице-мера.
3. Трафик из баннерки.
4. Кросс-промо (proactive)
5. Реклама. Кейс Золотой лихорадки.
6. Советы по ARPU и DAU.



350 тыс. пользователей «Золотой лихорадки» в ОК за неделю рекламной кампании

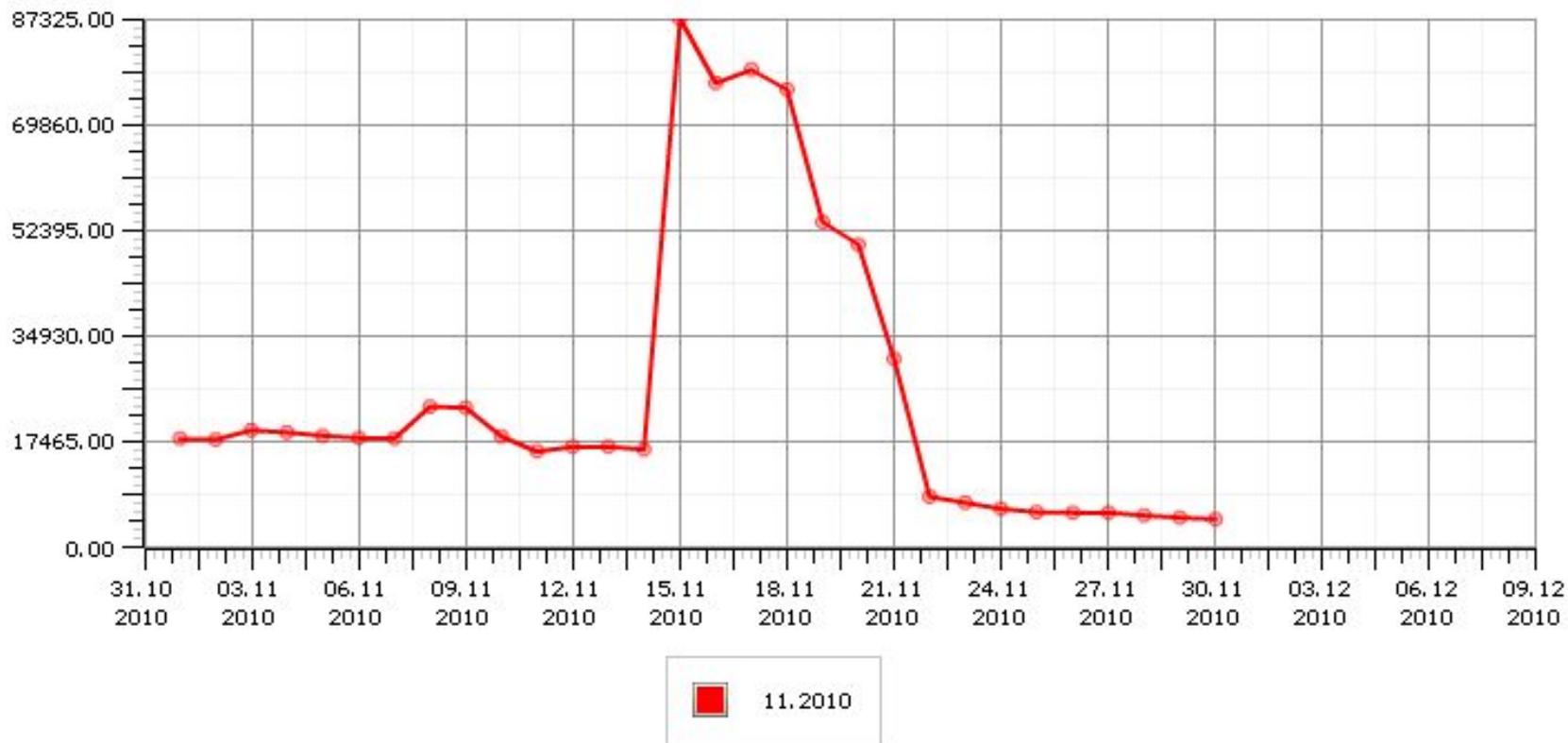
Количество пользователей



- Множество баннеров, мониторинг CTR в реальном времени, ст-ти установки.
- Цена ошибки для издателя меньше.
- Можно договариваться, что издатель гарантирует установки.



Прирост по дням – до 90 тыс.



Статистика «Золотой лихорадки» в
ОК



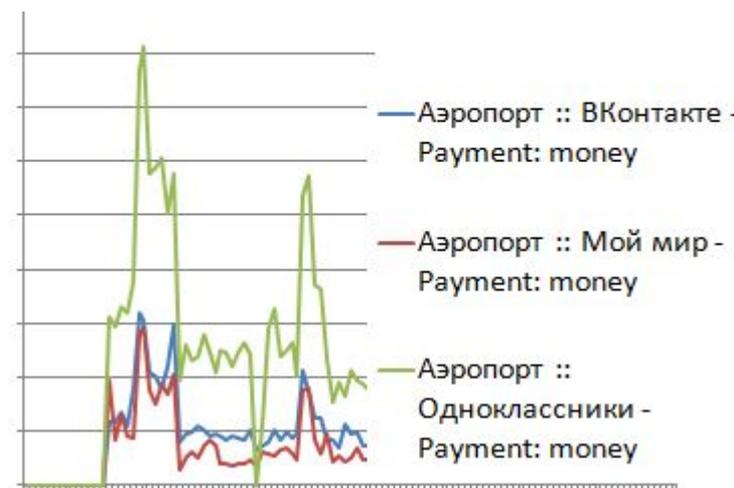
Способы продвижения в SNS

1. Естественный рост
2. Встроенная виральность (proactive). Кейс Домовят и Лице-мера.
3. Трафик из баннерки.
4. Кросс-промо (proactive)
5. Реклама. Кейс Золотой лихорадки.
6. Как управлять DAU и ARPU? Что делает Pixonic? Что такое PixAPI? Зачем нужен издатель?



Как управлять ARPU и DAU?

- Упрощенно Revenue = ARPU (число платящих, средняя сумма платежей) * DAU (возврат - акции, общая аудитория, т.е. виральность)
- Акции упрощают первый платеж. 60% донаторов Аэропорта заплатили впервые по «Золотой фуражке».
- 99% науки, 1% везения.
- Все измерять и анализировать.
- Мониторить рынок, лучшие практики в др. приложениях.
- DAU важнее установок. Управлять им. Регулярные апдейты или смерть.



ARPU

- Энергия (энергия для копания в Лихорадке, пассажиры в Аэропорте).
- Премиум-предметы (в Nitro апгрейд машины).
- Правильная продажа ускорения роста игрока (радар в Аэропорте сокращает время полета, удобрения в Марсоферме).
- Открытие контента (комнаты в Домовятах, острова в Лихорадке).



<http://vkontakte.ru/app1881594>



<http://vkontakte.ru/app1925405>



<http://my.mail.ru/app559506>



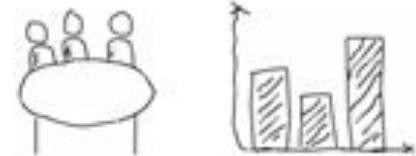
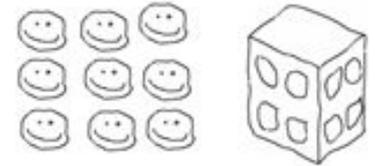
<http://vkontakte.ru/app1930409>

23 игры, 14 студий



PixAPI

- In November 2010 we have launched PixAPI which is a one-stop shop for game developers. It allows publishing a game quickly through simple API to multiple SNS.
- What does Pixonic platform offer:
- PixAPI gives standard API for connecting to multiple SNS.
 - PixAPI supports specific viral promotion channels for each network.
 - PixAPI supports multiple versions of the game for various SNS.
 - We translate the game,
 - provide hosting,
 - provide traffic,
 - provide sophisticated statistics for developers,
 - give dedicated producers who advise on improving the game before launch and constantly after launch,
 - We simplify documents flow by signing all agreements with networks ourselves and processing payments.
- Revenue is shared between Pixonic and game developer.





elena@pixonic.ru
+7 903 5856026

Этичность – нельзя быть немного беременной, или да, или нет

- При показе рекламы вместо значка «заккрыть» – стандартный левый угол – использовалась текстовая ссылка «заккрыть», а иконка открывала реклама. Всплеск 45 тыс. голосов в день.

- «Фича» не показывалась всем разработчикам приложений (определялось через группу) и первой 1000 пользователей (среди них core команда Вконтакте).

- Все равно закрыли. Мораль – будьте честными.

