

13-14 червня, 2017

ДонНТУ, ФКНТ, корпус 3, ауд. 3.319/1



Тренінг GameHub

Розробка ігрових додатків на базі Unity та ОС Android

Публікація та засоби просування ігрового додатку,
соціальна складова, оцінка шляхів ефективної
монетизації

Віральні механіки – промокоди

- Інтегруйте можливість використання промокодів в гру
- Дозвольте ділитися промо-кодами, дарувати їх і пересилати
- Розповідайте про промо-коди на своєму лендінгу, журналістам під час зустрічей тощо

Безкоштовний додаток + можливість отримати безкоштовно те, що не доступно іншим = більше шансів отримати щиру позитивну публікацію, яку будуть «расшарювати».



Віральні механіки – турніри



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



G A M E H U B
University Enterprises Cooperation
In Game Industry In Ukraine

- Внутрішньоігрові турніри – привід для користувача розповісти іншим, наскільки він крутий



- Турніри необхідні для такого типу гравців як ачівери. Без змагального моменту гра для них втрачає сенс
- Нагородою переможцю може бути як внутрішньоігрова валюта, так і реальний приз

Віральні механіки – месенджери



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



G A M E H U B
University Enterprises Cooperation
in Game Industry in Ukraine

- Для більшої віральності приділіть час локалізації додатки, враховуючи місцеві тренди і особливості менталітету
- Зробіть безкоштовні брендовані стікери для месенджера в якості бонусу для гравців
- На месенджери варто особливу увагу звернути тим, хто планує виходити на ринки Азії. Line, Какао, WeChat, Weibo – ці платформи дозволять охопити відразу велику кількість нових користувачів



- Завжди повертайте користувачів, нагадуючи їм про майбутній внутрішньоігровому івент, розпродажі в додатку, незібраному врожаї, новому гравцеві з кола їх друзів
- Додатки для туризму, шопінгу тощо сповіщають про знижки, ігри влаштовують івенти для пасивних користувачів
- Періодично додатки запрошують повернутися в гру, щоб отримувати підвищений бонус, приклавши мізерні зусилля



Оцінка віральності

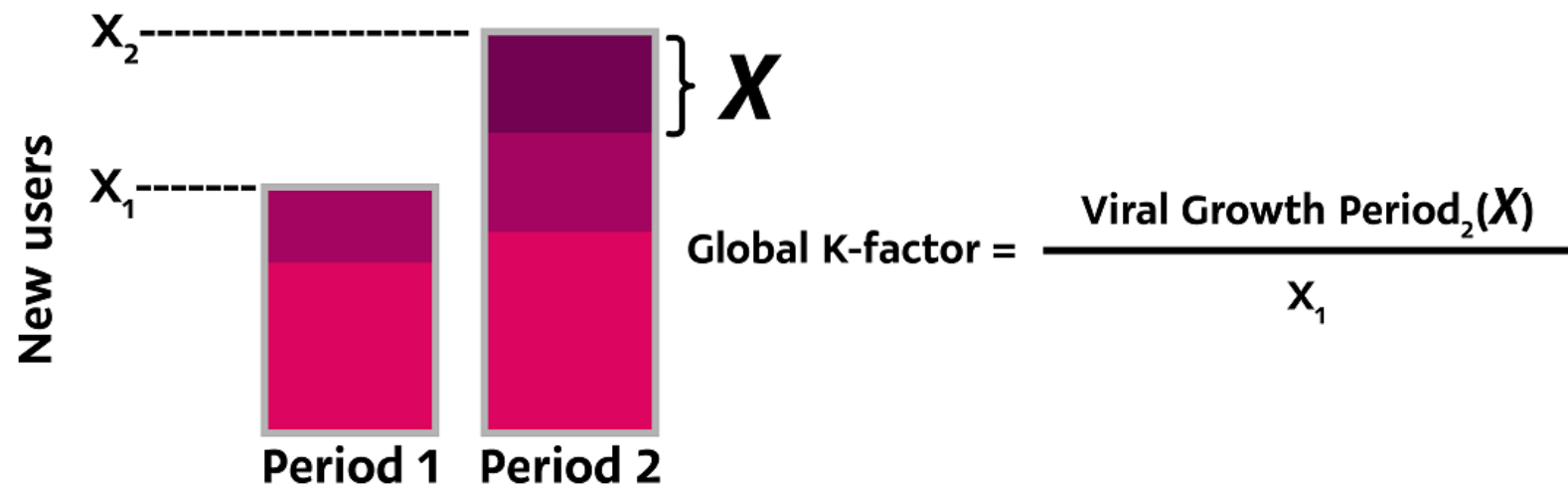


Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



G A M E H U B
University Enterprises Cooperation
In Game Industry In Ukraine

Global K-factor



■ Organic adoption ■ Paid acquisition ■ Acquisition through viral growth

Local K-factor

K-factor = Nr. of invites sent to each customer X conversion of each invite