

Формирование модели монетизации в мобильной игре «Космические братья»

Подготовил Гумбин Алексей

Июль 2021

Внутренние данные компании-разработчика

Оглавление

1. Выводы
2. Цель исследования
3. Стратегии игроков
4. Параметры модели монетизации
5. Проверка гипотез
6. Рекламный бюджет

Цель исследования

Сформировать модель монетизации игры

- Определить оптимальную частоту показа рекламы
- Определить оптимальный момент для начала показа рекламы

Данные

- Описание: данные о событиях в игре и рекламных активностях
- Принадлежность: когорта пользователей с 4-го по 10-е мая включительно
- Исследованный период: 4 мая – 5 июня 2020 года

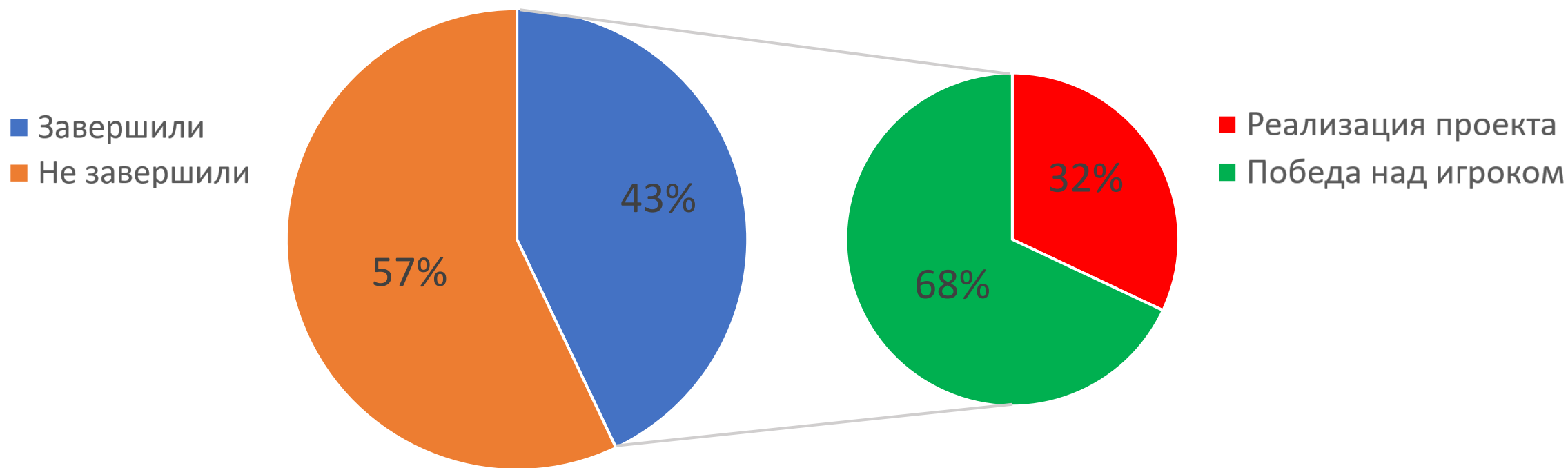
Выводы

- Гейм-дизайнеру стоит обратить внимание на дисбаланс стратегий
- Присутствуют широкие возможности по настройке модели монетизации. Необходимо выбрать оптимальное сочетание параметров
- Необходимо перераспределение рекламного бюджета

Игроки предпочитают победу над игроком

43% игроков завершили первый уровень

- 68% из них завершили его победой над другим игроком

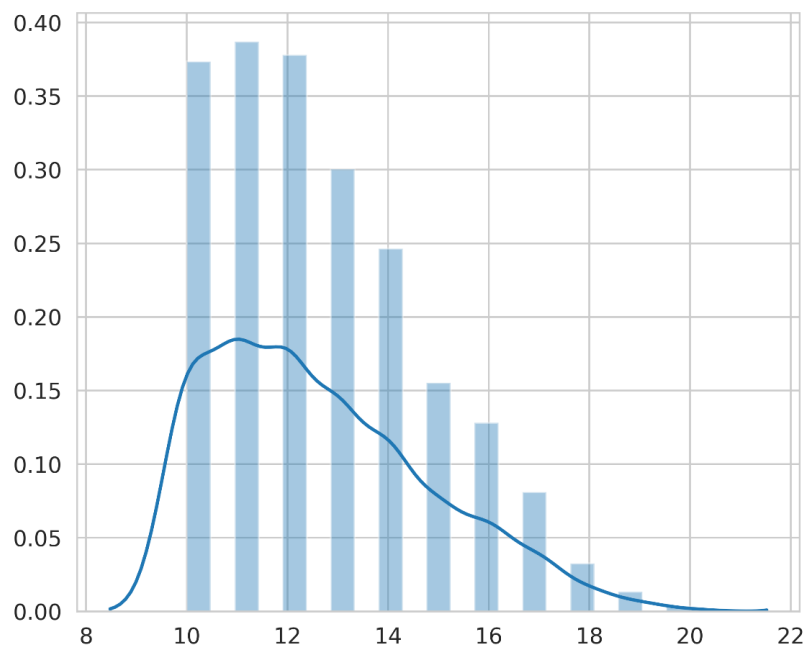


Стратегия победы над игроком выгоднее

- Реализация проекта требует 10 зданий и 4 дня игры
- Победить игрока можно почти сразу, много зданий не требуется

Распределение количества построенных зданий

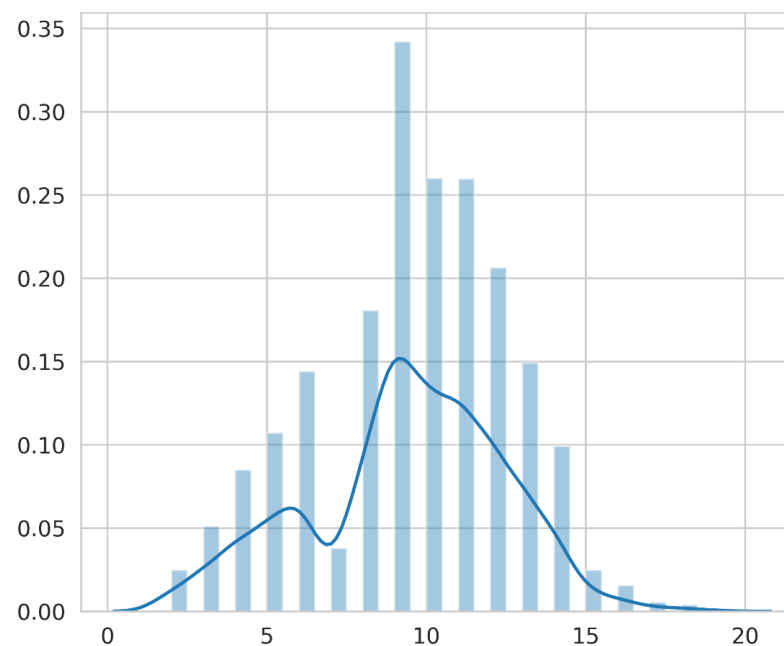
Реализация
проекта



Число построенных зданий

[к оглавлению](#)

Победа над
игроком



Число построенных зданий

Параметры модели монетизации

- Реже, чем на 3-ёх экранах из 10-ти – затраты не окупаются
- Чаще, чем на 8-и экранах из 10-ти – затраты окупаются всегда
- Окупаемость в остальных случаях зависит от сочетания следующих параметров:
 - Номер экрана постройки, начиная с которого показывается реклама
 - Частота показа рекламы

* При цене показа 1 000 объявлений равной 1 40 у.е.

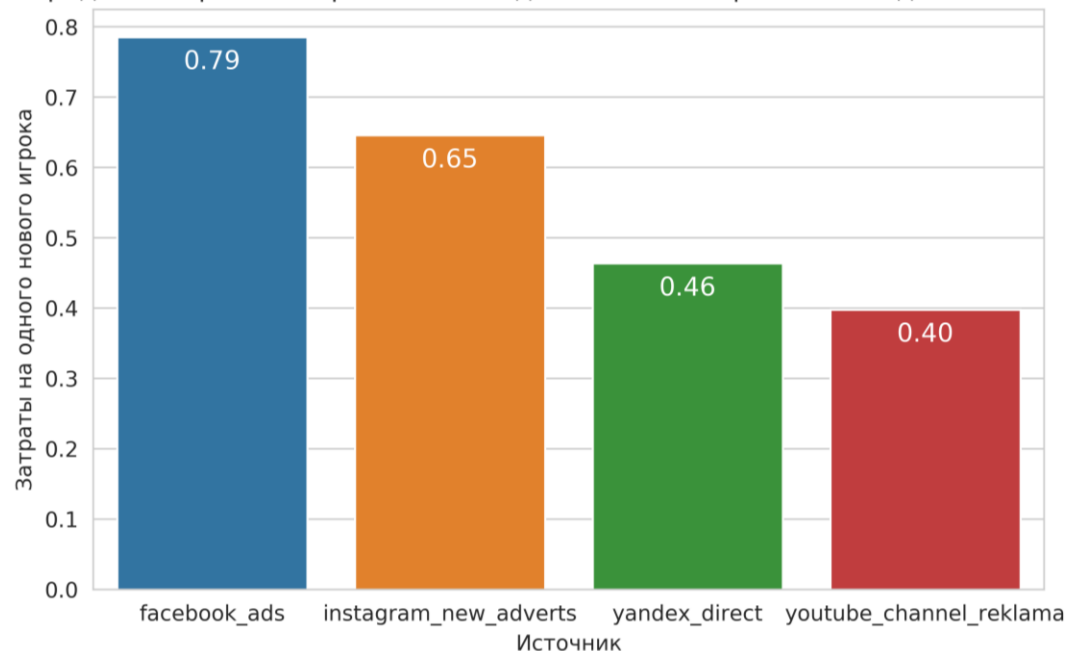
Проверка гипотез

1. Гипотеза о различии времени прохождения первого уровня
 - Статус: **отвергнута**
 - Разница есть, составляет 2 дня и 7 с половиной часов и она значима
2. Гипотезы о долях пользователей, закончивших первый уровень
 - Статус: **принята**
 - Источник не влияет на завершение пользователем первого уровня

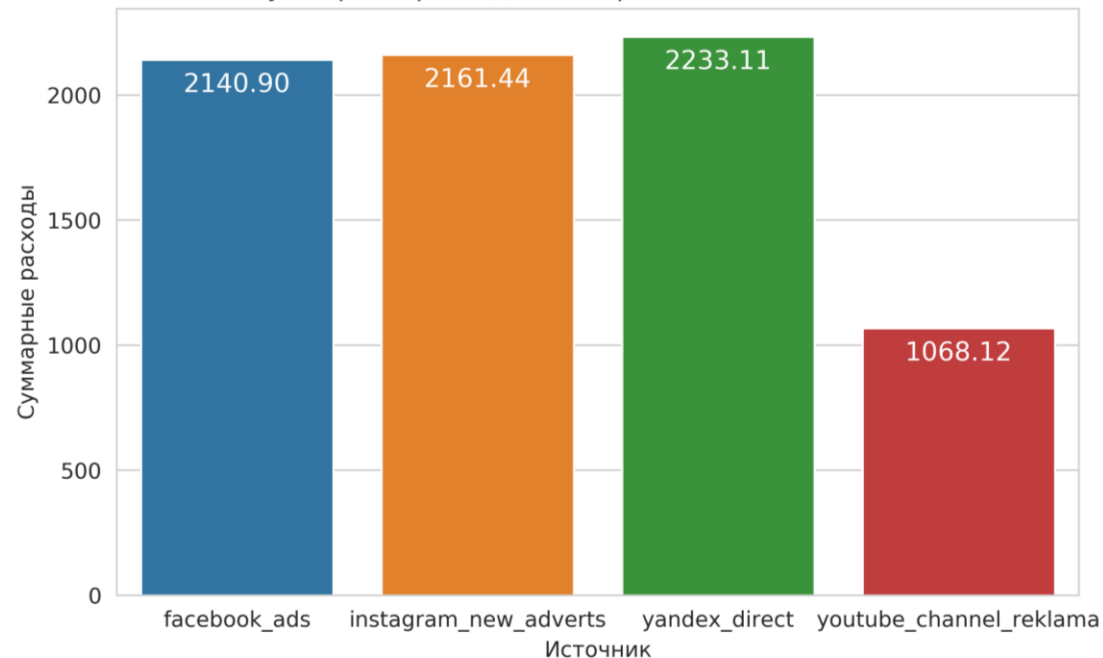
Необходим пересмотр рекламного бюджета

- Источник *youtube_channel_reklama* самый эффективный, но с самым низким бюджетом

Средние затраты на привлечение одного нового игрока из каждого источника



Суммарные расходы на маркетинговые источники



Спасибо за внимание