



Distribución y Marketing

Creación de Videojuegos
Facultad De Ingeniería
Profesor Alejandro Woywood

Distribución y Marketing

¿Porqué necesitamos marketing?

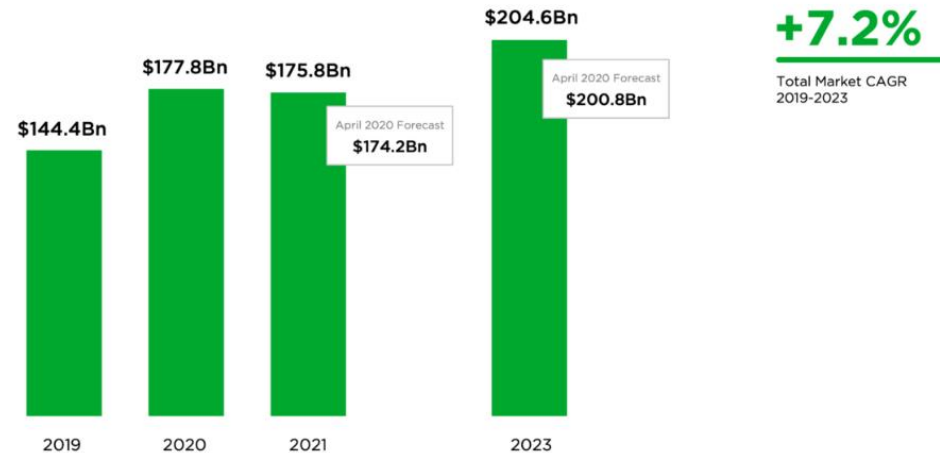
Panorama actual de la industria de los videojuego

- Mercado considerable
- Crecimiento constante



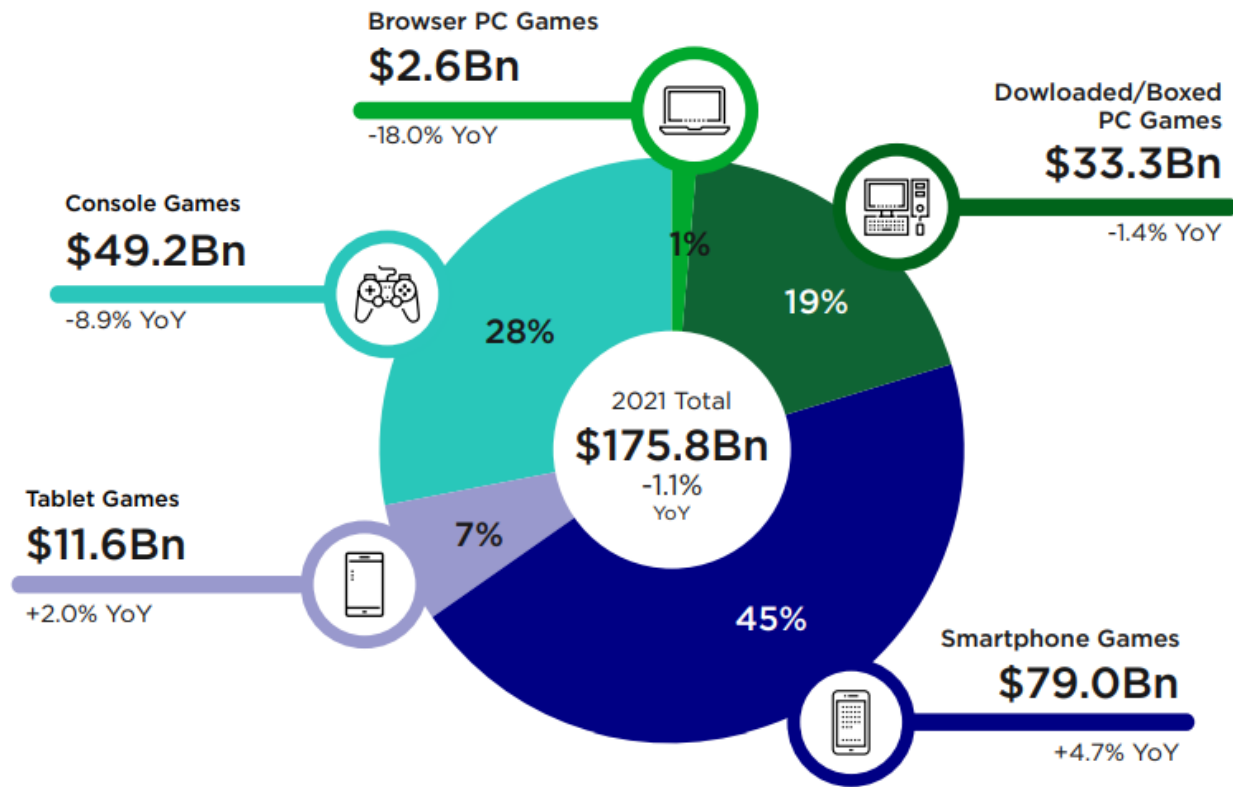
Global Games Market Forecast

Forecast Toward 2023

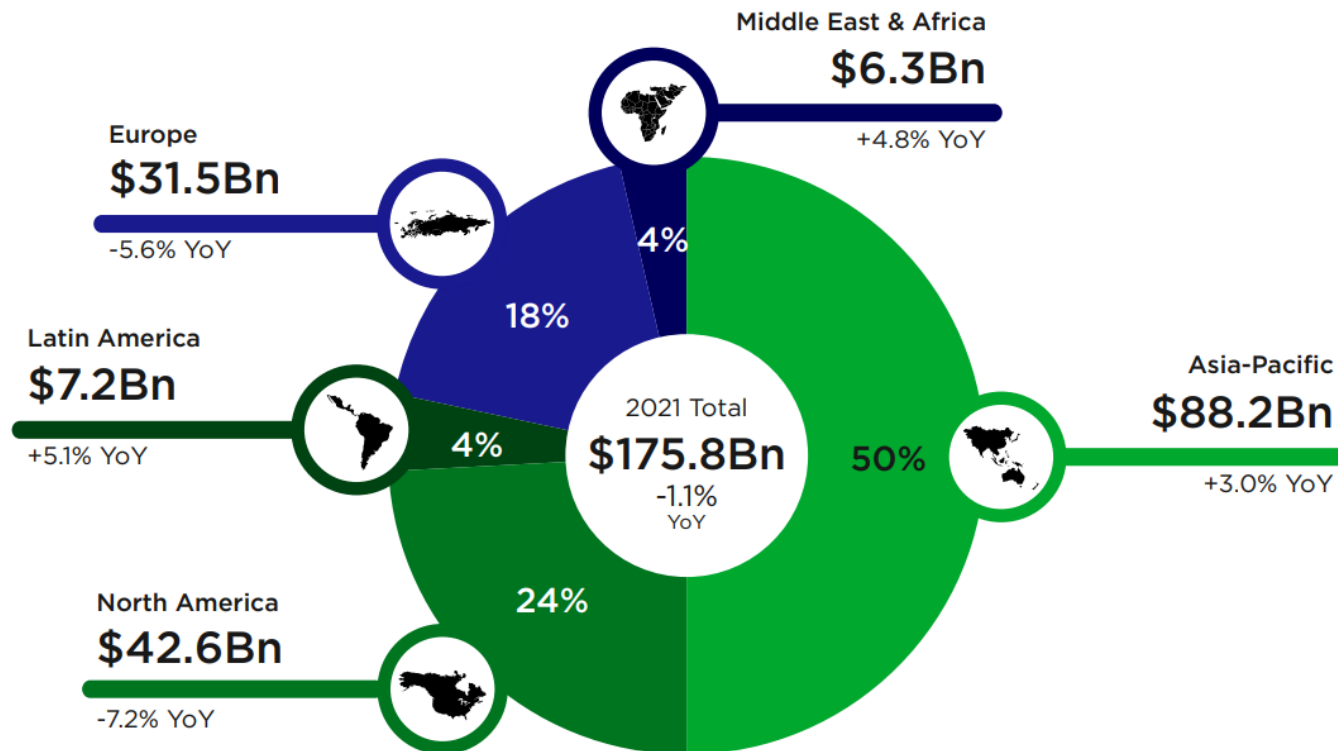


Source: ©Newzoo | Global Games Market Report | April 2021
newzoo.com/globalgamesreport

Panorama actual de la industria de los videojuego

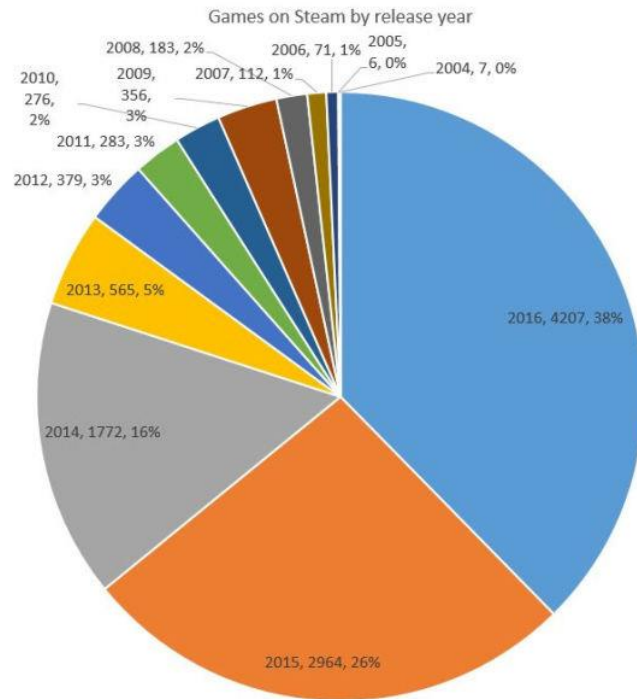


Panorama actual de la industria de los videojuego



Panorama actual de la industria de los videojuego

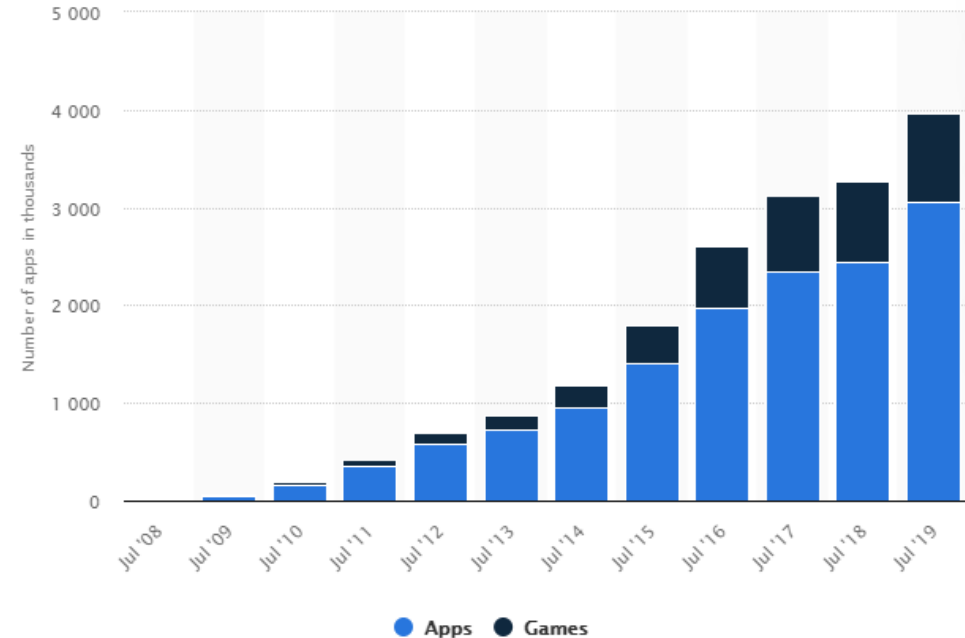
Pero a la vez un rápido
incremento en la
competencia.



Panorama actual de la industria de los videojuego

Number of available apps in the Apple App Store
(in 1,000s)

Pero a la vez un rápido
incremento en la
competencia.



Cualquier error es fatal

Ahora veremos



Distribución y Marketing

¿Cómo se hace marketing a un juego?

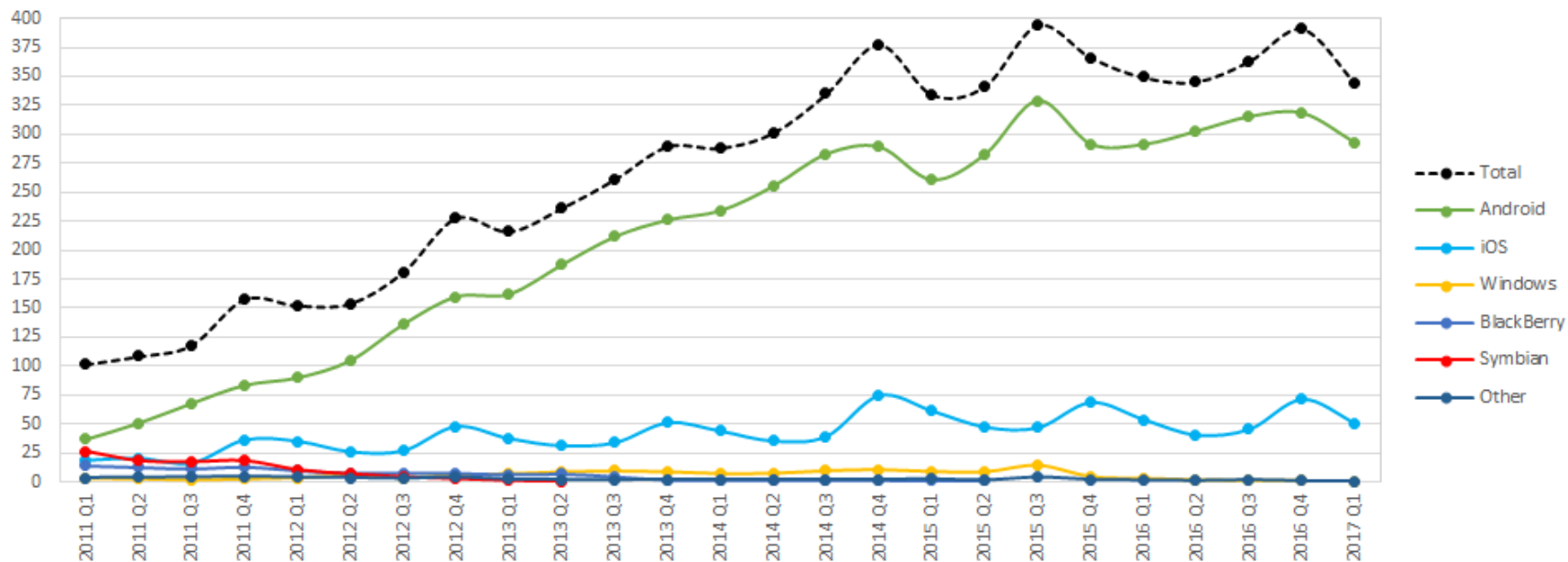
Distribución y Marketing

¿En cuál tienda vender
y concentrar mi desarrollo y marketing?

Panorama actual de la industria de los videojuego

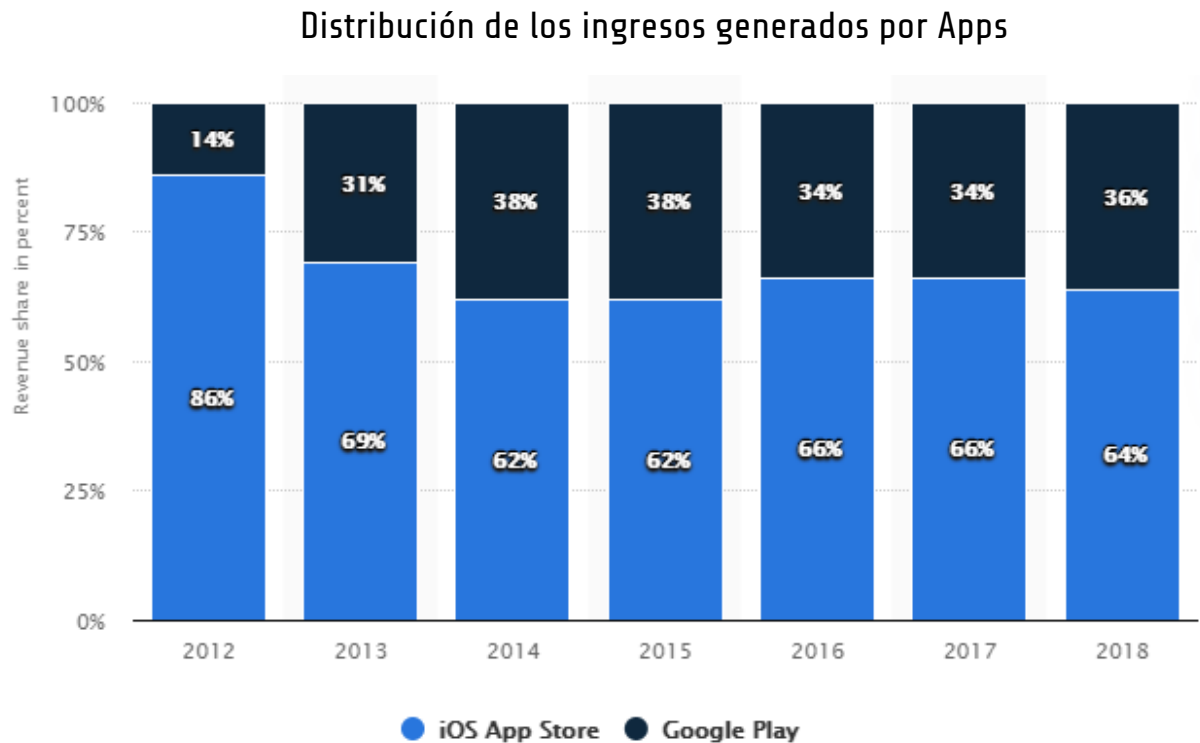
Google tiene mucho más mercado

IDC: Worldwide smartphone shipments (millions of units)



Panorama actual de la industria de los videojuego

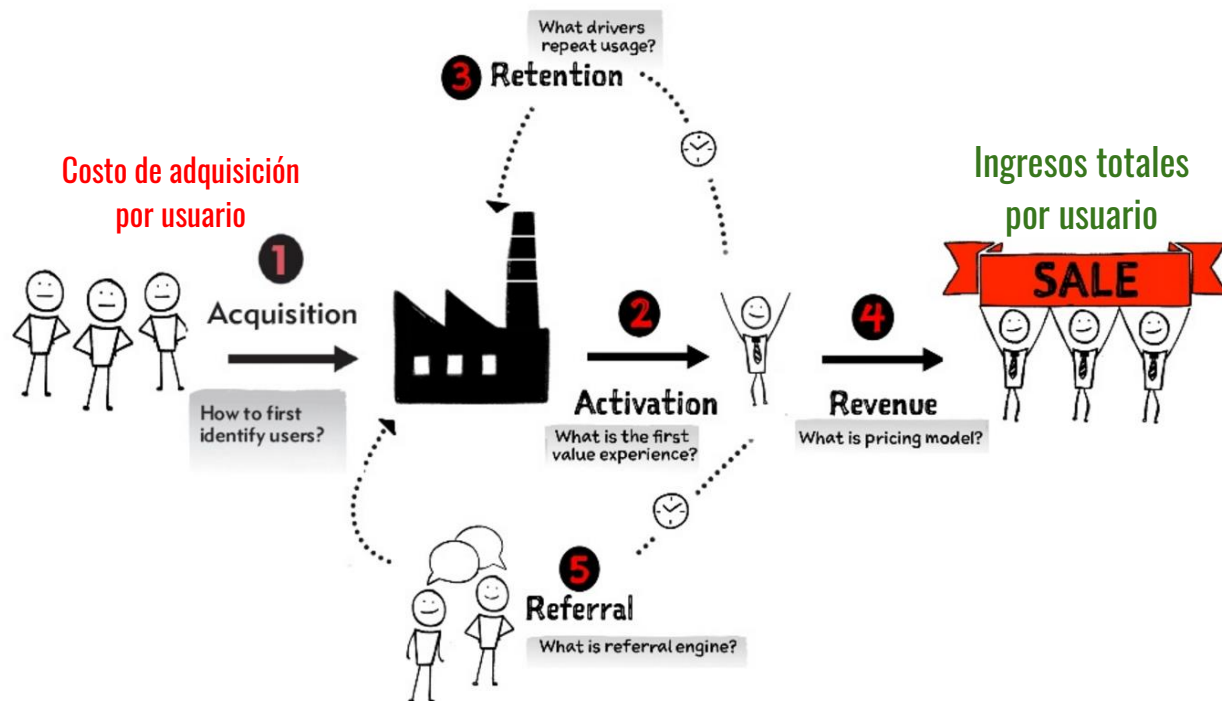
Pero en iOS se vende más...



05

Analítica e inversiones

De “Modelos de negocios y distribución digital para Videojuegos” de A. Woywood



Hay negocio si:

Costo de adquisición < **Ingresos**

Adquisición mediante compra

1. Compra de ad segmentado en Facebook
2. Click
3. Llega a página de descripción en Google Play o App store.
4. Click
5. Aceptación de condiciones de instalación
6. Click
7. Descarga
8. Click
9. Abre el juego.

CPI (Cost Per Install): aprox US 2.6

¡Probar distintos canales, analizar ROI de cada uno!



¿Cómo saber si lo estamos haciendo bien?

¿Cómo saber si lo que estamos haciendo sirve de algo?

Necesitamos medir ANTES de lanzar, ojalá con un SOFT LAUNCH (lanzamiento reducido en un mercado de prueba).

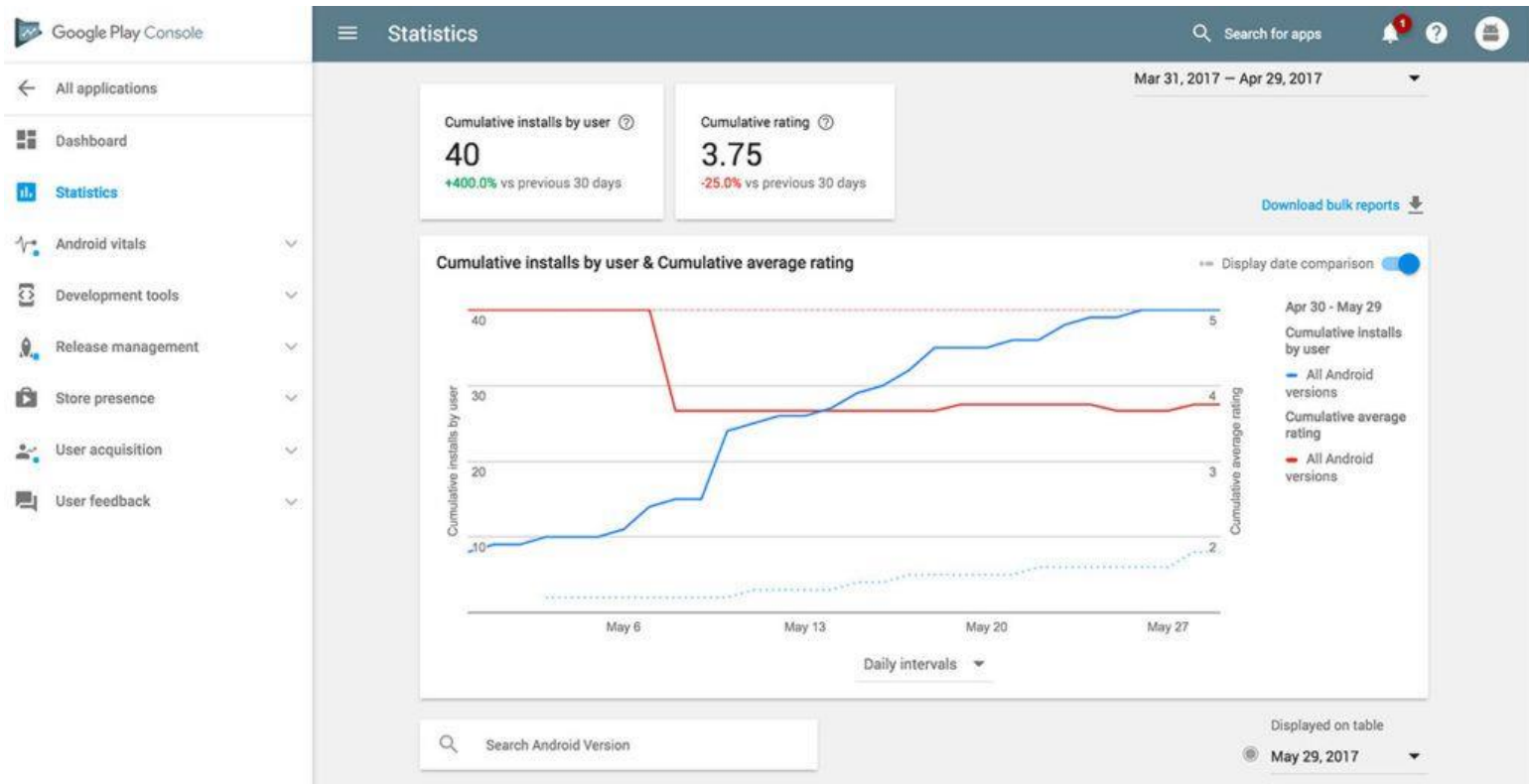
Herramientas Comerciales

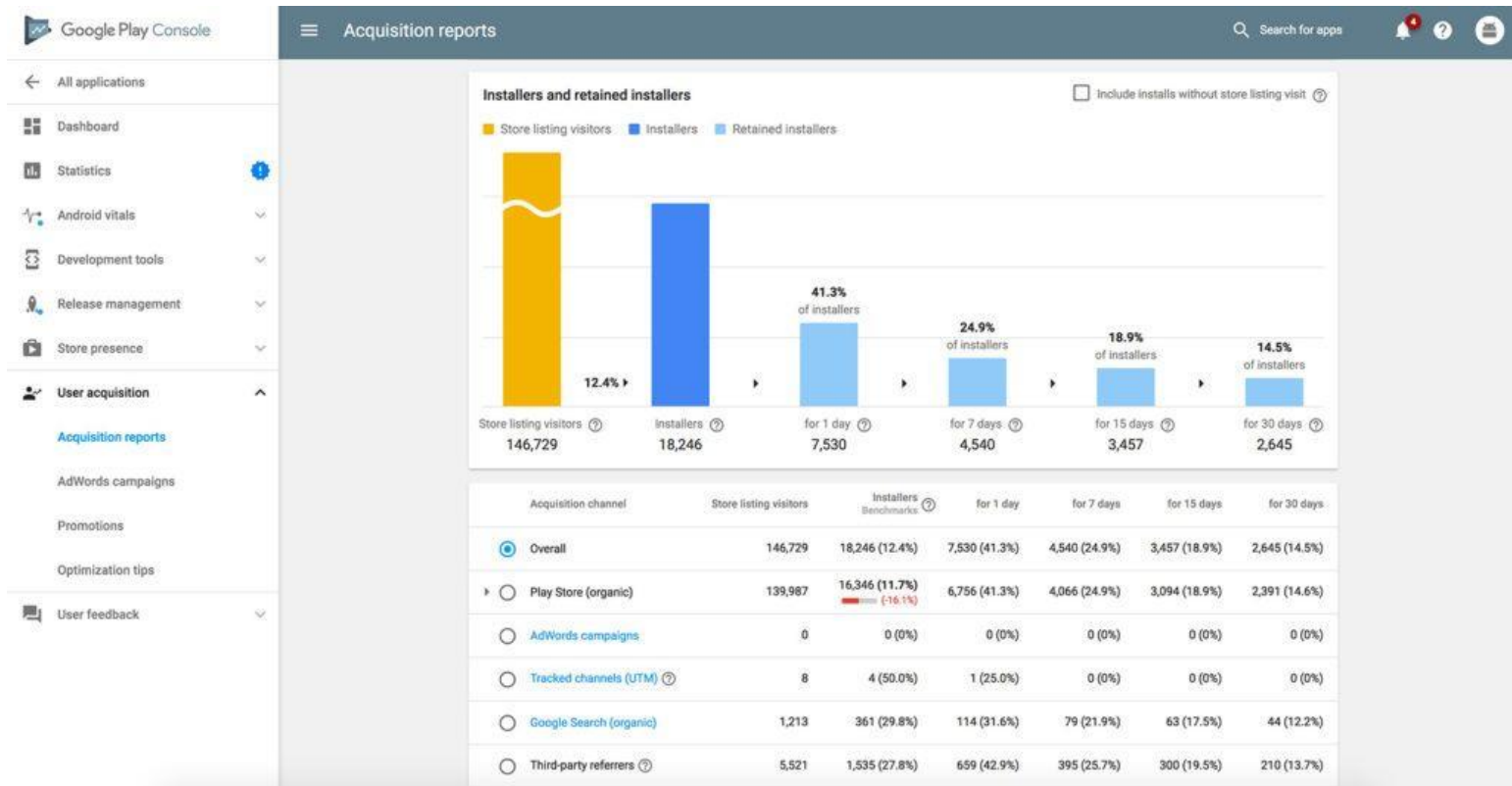
- Dashboard de las tiendas: descargas, ventas, retención, dispositivos
- AppAnnie, Sensor Tower, Appfigures: aglomeran la información y dan inteligencia adicional.

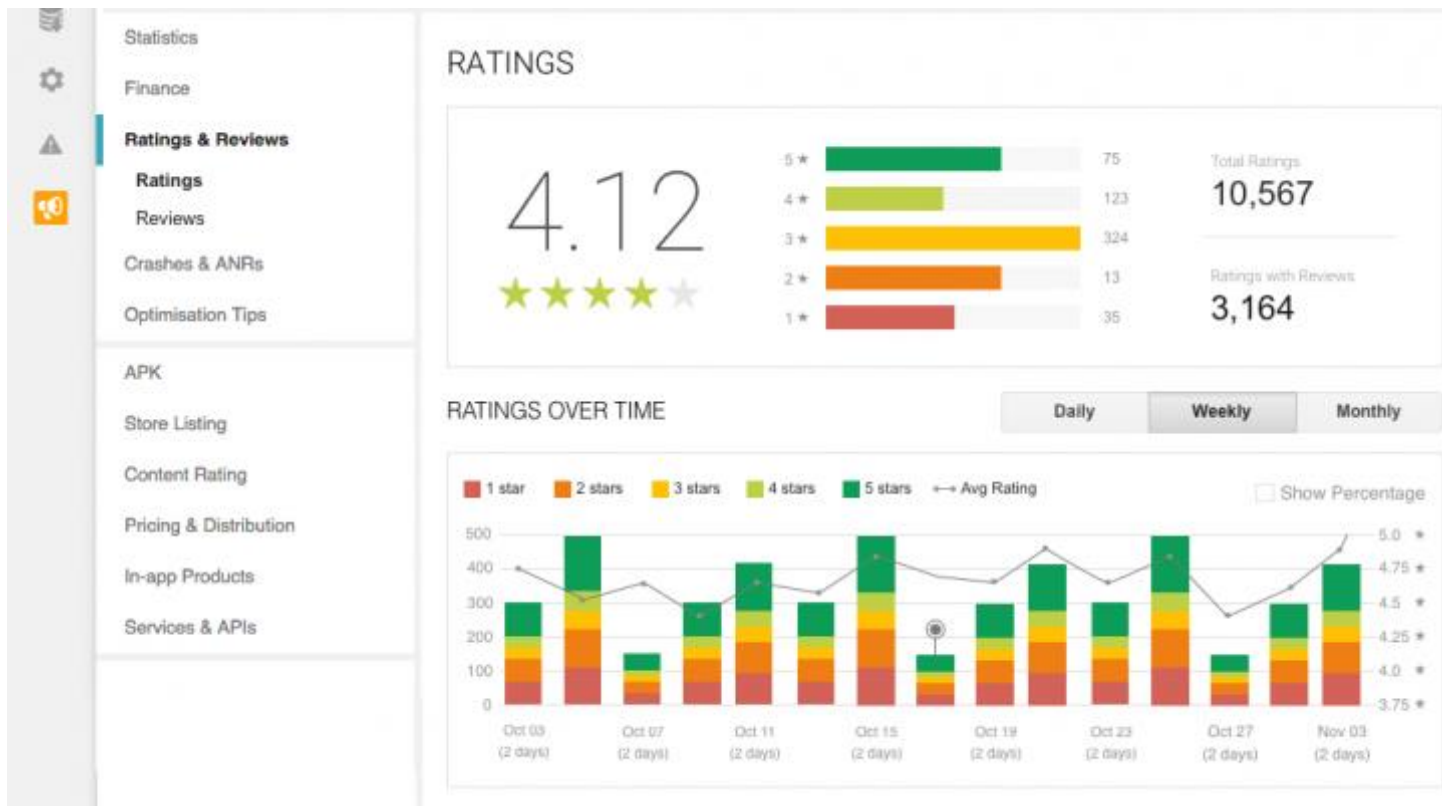
Herramientas de Desarrollo

- Firebase, Flurry, AppSee: qué hace el usuario
- Fabric / beta / TestFlight: distribución de versiones de prueba
- Fabric / crashlytics: tracking de crashes

Google Play Console



Google Play
Console

Google Play
Console

iOS Top App Charts

[About this report](#)

☐ Device
 ☐ Country/Region
 ☐ Category
 ☐ In App Purchase














iPhone
 Chile
 Overall
 All Apps

All Free Paid **Grossing**

Reveal app downloads, revenue, user retention, active users and more [1](#)

Chile - Overall 11:00pm UTC-3 (Nov 28, 2019 11:00pm UTC-3)

Sort by Value Change More Metrics

#	App	Grossing Rank	Free Rank	Paid Rank	Price	Category	Star Rating Since Release	Ratings Since Release	Star Rating Since Update	Ratings Since Update	Release Date	Last Update	ESR
1	 Garena Free Fire: Spook... Garena Online	1 ▲ 1	47 ▲ 1	500+ =	Free	Games	★★★★★ 4.2	23,244	★★★★★ 4.2	23,244	Nov 20, 2017	Nov 04, 2019	N/A
2	 Tinder Match Group	2 ▼ 1	79 ▼ 10	500+ =	Free	Lifestyle	★★★★★ 4.2	26,562	★★★★★ 4.3	23,046	Aug 03, 2012	Nov 22, 2019	N/A
3	 Netflix Netflix	3 =	19 ▼ 1	500+ =	Free	Entertainment	★★★★★ 3.8	5,592	★★★★★ 4.1	3,899	Apr 01, 2010	Nov 26, 2019	N/A
4	 YouTube: Watch, Listen, S... Google	4 ▲ 2	6 =	500+ =	Free	Photo and Video	★★★★★ 4.7	281,394	★★★★★ 4.7	278,329	Sep 11, 2012	Nov 18, 2019	N/A
5	 HBO GO ® HBO	5 ▲ 2	417 ▼ 91	500+ =	Free	Entertainment	★★★☆☆ 1.5	1,890	★★★☆☆ 1.5	1,049	Dec 01, 2015	Oct 16, 2019	N/A
6	 LinkedIn: Network & Job ... LinkedIn	6 ▲ 2	140 ▼ 13	500+ =	Free	Social Networking	★★★★★ 4.4	2,404	★★★★★ 4.5	1,381	Aug 20, 2008	Nov 19, 2019	N/A
7	 Saint Seiya Awakening Youzu	7 ▼ 2	238 ▼ 1	500+ =	Free	Games	★★★★★ 4.2	242	★★★★★ 4.2	242	Sep 12, 2019	Nov 07, 2019	N/A
8	 Call of Duty®: Mobile Activision Publishing	8 ▼ 4	18 ▼ 2	500+ =	Free	Games	★★★★★ 4.8	19,504	★★★★★ 4.8	19,504	Jun 15, 2019	Nov 23, 2019	N/A
9	 Candy Crush Saga King	9 =	109 ▲ 9	500+ =	Free	Games	★★★★★ 4.7	37,748	★★★★★ 4.8	22,377	Nov 14, 2012	Nov 14, 2019	N/A
10	 PUBG MOBILE Tencent	10 =	162 ▼ 24	500+ =	Free	Games	★★★★★ 4.6	17,161	★★★★★ 4.6	16,804	Mar 17, 2018	Oct 16, 2019	N/A
11	 Sticker Maker + Stickers Daily Apps	11 =	76 ▼ 1	500+ =	Free	Entertainment	★★★★★ 4.2	2,959	★★★★★ 4.2	2,959	Jul 27, 2018	Nov 13, 2019	N/A
12	 Homescapes Playrix	12 ▲ 3	77 ▼ 1	500+ =	Free	Games	★★★★★ 4.6	11,500	★★★★★ 4.6	11,500	Jul 26, 2017	Nov 05, 2019	N/A
13	 YouTube Music Google	13 ▼ 1	82 ▼ 3	500+ =	Free	Music	★★★★★ 4.3	3,559	★★★★★ 4.3	3,559	Nov 12, 2015	Nov 28, 2019	Feedback

App Annie

Acquisition

Cost Per Install (CPI)

Daily Active Users (DAUs)

Retention

Retention 1, 7 y 30

Sessions

Churn Rate

Revenue

Conversion Rate

Average Revenue Per Daily Active User (ARPDau)

Average Revenue Per Paying User (ARPPU)

Customer Lifetime Value (CLTV)

Activation

Tutorials completed

Levels started, failed y completed

Referral

K-factor



06

Marketing para videojuegos

Search engine optimization (SEO)

Mejorar la visibilidad de tu sitio Web en los buscadores

App store optimization (ASO)

Mejorar la visibilidad de mi App en las tiendas (Apple, Google, Windows, etc)

1) Contratar servicios de Store Optimization



Buy

APP STORE OPTIMIZATION
(ASO) FOR AMAZON

\$100.00 \$160.00



Buy

APP STORE OPTIMIZATION
(ASO) FOR ANDROID -
GOOGLE PLAY ASO SERVICE

\$150.00 \$200.00



Buy

APP STORE OPTIMIZATION
(ASO) FOR IOS SERVICES

From \$120.00 \$200.00

<http://asktolik.com/>

2) Herramientas para hacer seguimiento y análisis propio:

AppAnnie.com SensorTower.com
AppRadar.com AppFigures.com

ASO Keywords

About this report

Save

Subscribe & Share

Export

Select Group

iPhone

United States

Jul 1 - 31, ...

Discover keywords

Keywords Analysis

Competitor Analysis

Keyword Opportunities

Keyword Rank

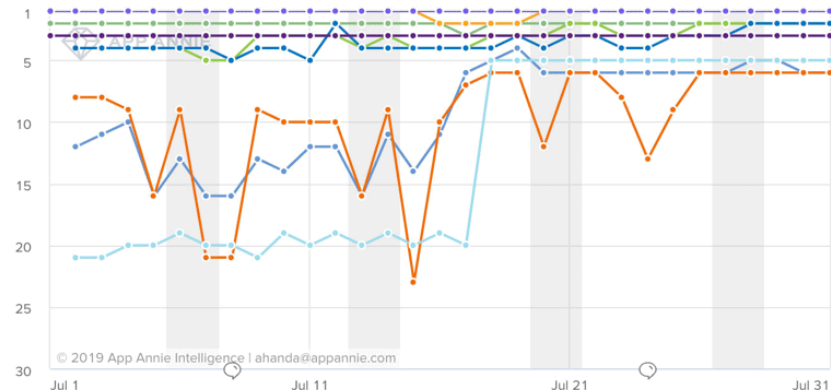
Traffic Share

Search Volume

Difficulty



Stack Percentage



pizza slice vegan onion mushroom feta
 pie gluten free cheese arugula tomato

Buscar estadísticas del nombre

En cuántas búsquedas de Google aparece? Con que se relaciona?

Chequear Localization: está Ok en otros idiomas?

Chequear si hay Marcas Registradas

Chequear si hay otros juegos

Buscar mi competencia

Definir grupo de keywords similares

Buscar cuales son mi competencia

Cómo ser más interesante

Proteger el nombre






Subir juego vacío para reservar nombre en tiendas

Registrar dominio






Registrar marca

Es lo primero que ve el usuario, debe destacar y ser recordable.
 Testear distintas versiones con tu audiencia objetivo.






FREE

1		Paper.io Voodoo	FREE In App Purchases
2		8 Ball Pool™ Miniclip.com	FREE In App Purchases
3		Super Mario Run Nintendo Co., Ltd.	FREE In App Purchases
4		Yu-Gi-Oh! Duel Links KONAMI	FREE In App Purchases
5		WarFriends Chillingo Ltd	FREE In App Purchases

PAID

1		Minecraft: Pocket Editi... Mojang	\$6.99 In App Purchases
2		Heads Up! Warner Bros.	\$0.99 In App Purchases
3		Bloons TD 5 Ninja Kiwi	\$2.99 In App Purchases
4		Geometry Dash RobTop Games AB	\$1.99 In App Purchases
5		Plague Inc. Ndemic Creations	\$0.99 In App Purchases

GROSSING

1		Clash Royale Supercell	FREE In App Purchases
2		Candy Crush Saga King	FREE In App Purchases
3		Game of War - Fire Age Machine Zone, Inc	FREE In App Purchases
4		Clash of Clans Supercell	FREE In App Purchases
5		Mobile Strike Epic War LLC	FREE In App Purchases

Crear listado de keywords por los cuales alguien buscaría el juego.

En iOS son 100 caracteres, incluidas las comas. En Android ponerlas en la descripción.

Un buen Keyword es aquel que tiene mucho tráfico (muchas personas lo buscan tanto en Google como en las tiendas) y además hay pocos resultados (con los que competiríamos).

Más info:

<https://www.appannie.com/apps/ios/keyword-top/>

<https://www.google.com/trends/>

<http://www.apptamin.com/blog/app-store-optimization-aso-app-name-and-keywords/>



Traducir (en orden de beneficio/costo)

1. Nombre
2. Descripciones
3. Keywords
4. Frases de venta
5. Press release
6. Textos del juego
7. Re-culturar

Chequear con herramientas en línea!



English
Spanish
Portuguese
German
French
Italian
Russian
Arab
Indonesian
Hindi
Turkish

¡Google Translate no es suficiente!



07

Relaciones Públicas y comunicaciones

Cómo funciona la prensa:

- Poco tiempo
- Mucha sindicación de noticias, retweets.
- Poco conocimiento (excepto la especializada)

El periodista prefiere la noticia lista.

Crear un Press Kit: incluye todos los materiales de marketing: nombre, keywords, descripciones, frases de venta (selling points), ícono, screenshots, videos en youtube (gameplay, trailer).

<http://dopresskit.com/>



Crear un Press Release

Ver más en <http://www.indiegamegirl.com/press-release-template>

HEADLINE

Sum up your press release's purpose in 18 words or less.



DATELINE

Show writers you're a professional by using a correct dateline format.



QUOTES

Add a human element with a supporting statement from you, your team, fans, etc.

CONTACT

Make it easy for writers to get in touch by providing your contact info and press kit link.



YOUR COMPANY LETTERHEAD

Headline

Sub Headline

CITY, Month Day, Year—Grabber grabber grabber grabber grabber grabber grab-
ber grabber grabber grabber grabber grabber grabber grabber grabber
grabber grabber grabber grabber grabber grabber.

[illegible]

"Quote quote," said John Doe. "Quote quote quote quote quote quote quote quote quote quote quote."

"Quote quote quote quote quote quote quote quote," said Jane Doe. "Quote quote quote quote quote quote quote quote."

More about game more about game more about game more about game more
about game more about game. More about game more about game more about
game more about game more about game more about game.

Download Your Game from the [App Store](#)

2000-2001

About Your Company

About your company about your company about your company about your company about your company. About your company about your company about your company about your company. Learn more at <http://www.yourcompany.com>.

Press Contact

Name: John Doe
Mobile: 123 456 7890
Email: john.doe@yourcompany.com
Press Kit: www.yourcompany.com/press-kit

GRABBER

"Grab" your readers' attention with an engaging first sentence.

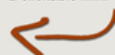


DESCRIPTION

Compel readers to read on with a captivating and unique game description.

CALL TO ACTION

Direct readers where to get your game or learn more with a clickable link.



ABOUT

Include a company description and clickable link to your website.

A las empresas grandes les cuesta tener personalidad. Es la ventaja de los indies.

La gente sigue a las personas. Buscan heroes.

Ser transparente, contar lo que haces. Ser un guru para tu fans.

Diseño participativo: compartir el ownership, produce un sentimiento de pertenencia.

Es responsabilidad del desarrollador ir generando comunidad desde antes del lanzamiento. El Publisher puede o no ayudar a hacer Community Management.



Distribución y Marketing

¿Y qué hago con mi juego del curso?

Preparar material de marketing

1. Elegir nombre: investigar si existen otros productos.
2. Investigar cuál es su competencia: al menos 5 juegos (ver Google play)
3. Crear listado de 20 keywords por los cuales alguien buscaría el juego.
4. Crear 5 selling points (frases de venta)
5. Crear descripciones: breve (80 caracteres) y larga (aprox 2000 caracteres).
5. Crear ícono de 1024 x 1024 px.
6. Crear 5 screenshots (que incluyan frases de venta).
7. Crear URL y correo de soporte: ej. Gmail y <https://www.facebook.com/pages/create>
8. Crear un press-release de 500 caracteres (ej. <http://www.indiegamegirl.com/press-release-template>)

Press Release

HEADLINE

Sum up your press release's purpose in 18 words or less.



DATELINE

Show writers you're a professional by using a correct dateline format.



QUOTES

Add a human element with a supporting statement from you, your team, fans, etc.

CONTACT

Make it easy for writers to get in touch by providing your contact info and press kit link.



YOUR COMPANY LETTERHEAD

Headline

Sub Headline

CITY, Month Day, Year—Grabber grabber grabber grabber grabber grabber grab-
ber grabber grabber grabber grabber grabber grabber grabber grabber grabber
grabber grabber grabber grabber grabber grabber.

Game description game description game description game description game de-
scription game description game description. Game description game description
game description game description game description game description game de-
scription. Game description game description game description game description
game description game description game description.

“Quote quote,” said John Doe. “Quote quote quote quote quote quote quote quote quote quote.”

“Quote quote quote quote quote quote quote quote,” said Jane Doe. “Quote quote quote quote quote quote quote quote.”

More about game more about game more about game more about game more
about game more about game. More about game more about game more about
game more about game more about game more about game.

Download Your Game from the [App Store](#).

####

About Your Company

About your company about your company about your company about your company about your company. About your company about your company about your company about your company. Learn more at <http://www.yourcomapny.com>.

Press Contact

Name: John Doe
Mobile: 123 456 7890
Email: john.doe@yourcompany.com
Press Kit: www.yourcompany.com/press-kit

GRABBER

“Grab” your readers’ attention with an engaging first sentence.



DESCRIPTION

Compel readers to read on with a captivating and unique game description.

CALL TO ACTION

Direct readers where to get your game or learn more with a clickable link.



ABOUT

Include a company description and clickable link to your website.

Preparar material de marketing

9. Crear 2 videos: trailer y gameplay (de 1 min)
10. Crear kit de prensa (incluye todo lo anterior en un Zip)
11. Publicar su kit en su web y enviarlo a prensa.

Preparar material de marketing

13. Localizar Descripciones, Selling points y Press-release a:

English
Spanish
Portuguese
German
French
Italian

Priorizar por lenguajes con caracteres latinos
y de izquierda a derecha.

Russian
Arab
Indonesian
Hindi
Turkish

Preparar juego para su distribución

1. Agregar **Rate Us**, Like de Facebook y Contacto (soporte).
2. Localizar: al menos a español e inglés (OPCIONAL).
3. Incluir SDKs de tracking de usuarios y de crashes (OPCIONAL)
Ej: Flurry Analytics (Plugin Construct 2), Crashlitycs
4. Verificar que cumplen las exigencias de la plataformas (leerlas!)
5. Exportar a plataformas y probar en dispositivos.
6. Definir estrategia de precio (¿porqué ponen ese precio?)

Tiendas para juegos indies

<https://itch.io/developers>

<http://gamejolt.com/marketplace>

<https://playonjump.com/>

<https://www.humblebundle.com/>

Crowdfunding para juegos

[Fig.co](#): te dan recompensas y/o % de venta (Tim Shafer está involucrado)

[Idea.me](#): latinoamericano (base en Argentina)

[Patreon.com](#): permite pedir que te donen mensualmente

[Ulule.com/discover/?categories=games](#): muy indie

[Ko-fi.com](#): muy, muy indie

Crowdfunding para juegos, pero no desde Chile

<https://www.kickstarter.com/games>: si eres residente de US, UK, Canada, Australia, New Zealand, Netherlands, Denmark, Ireland, Norway, Sweden, Germany, France, Spain, Italy, Austria, Belgium, Switzerland, Luxembourg, Hong Kong, Singapore, Mexico, Japan, Poland, Greece, and Slovenia.

[Indiegogo.com/explore/video-games](https://indiegogo.com/explore/video-games): si eres residente de US, UK, Canada, Australia, Hong Kong, Austria, Belgium, Denmark, Germany, Finland, France, Republic of Ireland, Italy, Luxembourg, Netherlands, Norway, Portugal, Singapore, Spain, Sweden, or Switzerland

https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_video_game_crowdfunding_projects

Do Press Kit ()

<http://dopresskit.com/>

Rainbow Train

[press kit](#)

[Factsheet](#)

[Description](#)

[History](#)

[Projects](#)

[Videos](#)

[Images](#)

[Logo & Icon](#)

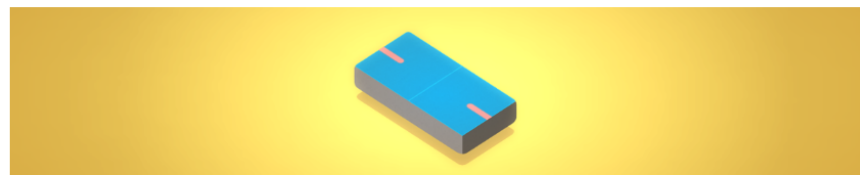
[Additional Links](#)

[About Rainbow Train](#)

[Team](#)

[Contact](#)

<http://rainbowtrain.eu/press/sheet.php?p=klocki>



Factsheet

Developer:

[Rainbow Train](#)

Based in Miedzylesie, Poland

Release date:

June 2016

Platforms:

[Android](#)

[iOS](#)

[Steam](#)

Website:

klockigame.com

Regular Price:

EUR €0.99

USD \$0.99

Description

"Klocki" is my second puzzle game after successful "Hook". Its a relaxing experience, loaded with a lot of features. Your goal is to connect different types of lines together. Calm music and sounds were made by Wojciech Wasiak.

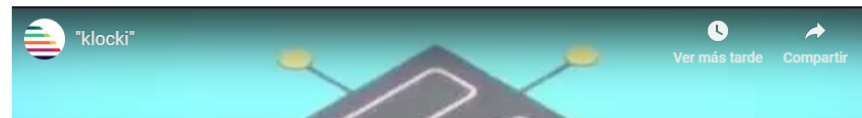
History

Features

- Relaxing
- Minimal
- Lots of different puzzle mechanics
- Great soundtrack
- No score
- No timer
- No text

Videos

[Trailer](#) [YouTube](#)



Recursos adicionales

App Marketing by Google: curso gratis - <https://www.udacity.com/course/app-marketing--ud719>

iOS App Marketing Strategy Guide - <http://www.apptamin.com/blog/app-marketing-strategy>

How to Localize Your App - <http://www.apptamin.com/blog/localize-app>

Choosing the perfect keywords - <https://localizedirect.com/posts/choosing-the-perfect-keywords>

Ejemplo de sitios que te cobran por hacer marketing: <http://www.appninja.io/howitworks>