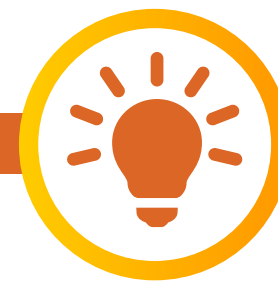


FASES CREACIÓN DE VIDEOJUEGOS

Conceptualización



IDEA

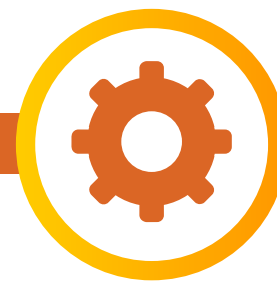


CONCEPTO

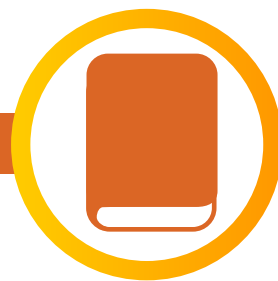


PITCH

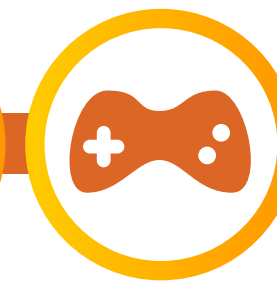
Preproducción



PROTOTIPO



GAME
DESIGN



PRIMER
JUGABLE

Producción



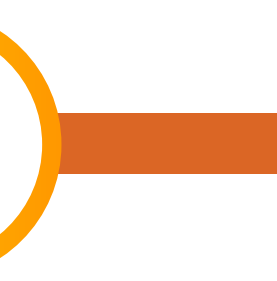
ALPHA



MARKETING
DESIGN



BETA

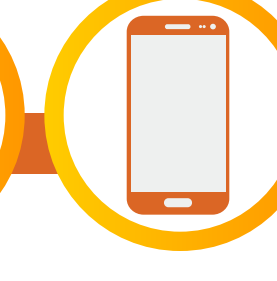


FINAL

Producto



MARKETING



PUBLICACIÓN



VENTAS



Escribe la idea de tu videojuego en tan solo 2 párrafos, puede ser un texto explicativo o una pequeña introducción a la historia o el problema general.



Utiliza documentos como el One Page o el Ten Page para conocer más aspectos acerca de tu videojuego y profundizar en la idea general



En una presentación de máximo un minuto, deberás explicar a la perfección tu idea de juego teniendo en cuenta los siguientes puntos.

- Oportunidad
- Mercado objetivo
- Competencia
- Historia
- Equipo
- Plataforma objetivo
- Único



Antes de iniciar con el Diseño general del juego, desarrollamos un prototipo base, para evidenciar las mecánicas principales del juego y verificar si es óptimo y divertido.



Ahora desarrolla todo el documento de diseño para tu videojuego apoyado del equipo de desarrollo, procura ser obsesivamente detallista y tener en cuenta todo



No es más que una muestra simple de tu idea de juego, puede ser el primer nivel del juego o una muestra más trabajada de las mecánicas donde además se logre evidenciar el estilo artístico



Es una versión del juego que es liberada para pruebas internas, se puede decir que es un acercamiento al producto final, pero aún faltan mecánicas por agregar y está lleno de bugs



Se inicia con un proceso de planeación y diseño de Marketing por parte del equipo encargado, lluvia de ideas, estrategias, análisis de mercado y se establece un plan de ejecución



Aquí el equipo congela la creación de nuevas mecánicas y características para concentrarse en pulir el juego al máximo



El videojuego está listo es su totalidad, y ahora cuenta con una fecha de lanzamiento, pronto se crearán miles de copias que serán distribuidas para que todo esté listo el día del lanzamiento



Se implementa el plan de Marketing que se diseñó en la fase anterior, se puede dividir en 2 partes

Marketing Pre-Lanzamiento con campañas de expectativa.

Marketing Post-Lanzamiento para promover las ventas.



El videojuego es publicado en todas las tiendas y está disponible para la venta



Se reciben y gestionan los ingresos por la creación del juego