

LYA Gaming

Sammelkartenspiele treffen RPG-Maker

Gliederung

- Angebot
- Konkurrenz
- Kundensegmente
- Key Propositions
- Customer Relationships
- Negative Space
- Kunden*innenbindung

Angebot

- Software zum Erstellen von Sammelkartenspielen ohne auch nur eine Zeile Code geschrieben zu haben
- Drei Editoren:
 - Launcher
 - Spielbretteditor
 - Karteneditor

Konkurrenz

- Pokemon, Yu-Gi-Oh (50Mio/17K), Magic: the Gathering (50Mio/13Mio), Hearthstone (300k)
- Legend of Runeterra, Duelmasters, One Piece, Dragonball Super, Shadowverse
- Konkurrenz ist gierig und druckt spielzerstörende Karte/ignoriert Spieltests
- Ignoriert Spielerstimmen
- Investiert wenig in Matchmaking
- Faeria ist bereits pleite

Kundensegmente

Free-To-Play

Spieler/Gelegenheitsspieler

- Aufgaben:
 - sucht Entspannung/Spaß/ein entspanntes Hobby, dass mit Freunden geteilt werden kann
 - möchte leichte Unterhaltung ohne große emotionale Auf und Abs
 - Will das Spiel komplett kostenlos spielen, da Industrie Spieler an F2P gewöhnt hat
- Pains:
 - moderne Spiele sind sehr gut darin geworden Spieler emotional zum Geldausgeben zu manipulieren
 - Geld ausgeben fühlt sich schlecht an, da Spieler F2P will
- Pain Relievers:
 - alle Karten in Basisform sind kostenlos
 - Spiel ist sehr leicht bedienbar und es ist leicht mit Freunden zu spielen
 - richtig gutes Matchmaking, wenn sein muss mit KI

Free-To-Play Spieler/Kernspieler

- Aufgaben:
 - Sucht Spannung/Spaß, möchte Unterhaltung
 - möchte ein Hobby in dem er aufgehen kann
- Pains:
 - moderne Spiele sind sehr gut darin geworden Spieler emotional zum Geldausgeben zu manipulieren
 - Geld ausgeben fühlt sich schlecht an, da Spieler F2P will
- Pain Relievers:
 - alle Karten in Basisform sind kostenlos
 - Karten sind so designt, dass für jeden Spielstil etwas dabei ist und raffinierte Strategien möglich sind
 - richtig gutes Matchmaking, wenn sein muss mit KI
 - radikale Transparenz
- Gain Creators:
 - Spieler ist Teil des Spiels, hat das Gefühl, dass seine Stimme gehört wird und dass er geschätzt ist

Normaler Gelegenheitsspieler

- Aufgaben:
 - sucht Entspannung/Spaß/ein entspanntes Hobby, dass mit Freunden geteilt werden kann
 - möchte leichte Unterhaltung ohne große emotionale Auf und Abs
- Pains:
 - schlechtes Matchmaking verbindet normale Spieler mit zu starken Spielern, was den Spaß minimiert
 - um besondere Karten/Spielstiele zu spielen bedarf es oft einer großen Investition
 - wenn man ein paar Monate nicht gespielt hat sind so starke Karten in der Zwischenzeit raus gekommen, dass man mit seinen alten Karten nicht mehr gewinnen kann
- Pain Relievers:
 - richtig gutes Matchmaking, wenn sein muss mit KI
 - alle Karten in Basisform sind kostenlos
 - Kartenstärke ist Spielergesteuert

Hardcore Spieler

- Aufgaben:
 - möchte sich beweisen
 - sucht Gefühl von Überlegenheit
 - möchte ein paar Bling-Karten
- Pains:
 - schlechtes Matchmaking verbindet normale Spieler mit zu starken Spieler, was kein Gefühl von Überlegenheit liefert
 - bereits vorhandene Spiele haben wenige neuartigen Spielstrategien
 - Keine Möglichkeit nur einzelne Bling-Karten zu kaufen
- Pain Relievers:
 - richtig gutes Matchmaking, wenn sein muss mit KI
 - Kartenvielfalt ist Spielergesteuert/erfahrene Spieler können gerade die Karten pitchten, welche das Spiel in neue coole Richtungen lenken
 - Bling-Karten können direkt einzeln gekauft werden

Professionelle Spieler/kein Streamer

- Aufgaben:
 - sucht ein Spiel mit vieler Wettbewerben und hohen Gewinnsummen
 - Sucht Spiel mit vielen Karten, wo neue Strategien entwickelt werden können, auf die andere professionelle Spieler noch nicht gekommen sind
- Pains:
 - Verdienstmöglichkeiten sind auf wenige Wettbewerbe lokalisiert
 - Keine Möglichkeit eigene (sanktionierte) Wettbewerbe zu veranstalten, um geregeltes Einkommen zu generieren
 - die meisten besten Spielstrategien in allen Spielen sind bereits bekannt
- Pain Relievers:
 - Software bietet die Möglichkeit eigene, sanktionierte Wettbewerbe zu veranstalten mit einstellbaren Mindesteinsätzen, ähnlich Online-Poker
 - Kartenpool ist min. 3000 Karten bei Launch
 - Spieler können Karten pitchten, um neue interessante Spielstrategen zu ermöglichen

Professionelle Spieler/Streamer

- Aufgaben:
 - sucht Spiel, dass Spaß macht geschaut zu werden
 - Sucht Spiel, das abwechslungsreich ist
- Pains:
 - die meisten Spielhersteller, haben die meisten Karten unspielbar gemacht, was Streamen langweilig macht, da alle immer nur das selbe spielen
- Pain Relievers:
 - Spiel ist abwechslungsreich und ausbalanciert, da spielergesteuert
 - ausbalanciertes RNG sorgt für Spannung beim Zuschauen
 - Software/Spiel bietet viele akustische und visuelle Effekte, was Spaß macht zuzuschauen
- Gain Creators:
 - „Spieler-zu-Karte“ ermöglicht Streamern herauszustechen
 - gepitchte Karten ermöglichen immer neuen Stream-Content

Creator

- Aufgaben:
 - sucht etwas, wo er etwas kreieren kann
- Pains:
 - IP-Holder geben keine Möglichkeit, dass Spieler Karten oder Spielmechaniken kreieren können
- Pain Reliever:
 - Spieler könne Karten und Spielmechaniken pitchten
- Gain Creators:
 - Spieler können sich im Spiel verwirklichen, davon leben und das Spiel zu etwas eigenem machen

Wal

- Aufgaben:
 - möchte angeben
- Pains:
 - Spiele bieten nur begrenzt Möglichkeiten vor anderen anzugeben
 - Matchmaking ist nicht darauf ausgelegt Wale mit nicht-Walen zu koordinieren
- Pain Relievers:
 - alle Karten in Basisform sind kostenlos, was große Spielerzahl garantiert, vor der Wale angeben können
 - Kartenkreation ist spielergesteuert, was garantiert, dass hohe Spielerzahl bleibt
- Gain Creators:
 - viele Möglichkeiten zum Angeben, z.B. viele teure Versionen von Bling-Karten, „Spieler-zu-Karte“, etc.

Musiker/Künstler

- Aufgaben:
 - Sind immer auf der Suche, nach Möglichkeiten ihre Musik/Kunst/Merchandise zu verkaufen
- Pains:
 - hohe Konkurrenz
 - Vom Kunden schwer zu finden, außer er sucht explizit nach Musik/Kunst
- Pain Relievers:
 - Musik/Bilder für Kartenspiele ist ein Nischenmarkt und hat im Moment wenig Konkurrenz
 - Software stellt einen One-Stop-Shop für Musiker und Künstler, der sowohl im Launcher als auch im Karteneditor zu sehen ist und mögliche Kunden in sehen ohne explizit nach Musik/Kunst gesucht zu haben
- Gain Creators:
 - leicht jemanden zu finden, mit dem man kollaborieren kann, da Musiker, Künstler, Streamer, Creator und Wale an einem Ort sind

Investoren

- Aufgaben:
 - sind immer auf der Suche nach (wenig bekannten) Investitionsmöglichkeiten, die den Markt outperformen
- Pains:
 - gute (wenig bekannte) Investitionsmöglichkeiten, die den Markt outperformen sind rar
- Pain Relievers:
 - unser Kartenspiel bietet viele Möglichkeiten (die Karten selbst, Musik und Kunst, die nicht für Karten bestimmt sind aber mit angeboten werden) zur Investition alles an einem Ort
 - Sealed Product ist für alle großen Kartenspiele ist konsistent gestiegen, z.B. Pokemon 20%-30% pro Jahr die letzten 5 Jahre
- Gain Creatore:
 - Karten als Investition können nur im Wert steigen, da Kartenkreation spielergesteuert ist und somit alte Karten nie obsolet werden, was Sealed Product zu einer besonders sicheren Anlage macht

Key Propositions

- Radikale Transparenz
- Spieler haben das Gefühl direkt dabei zu sein und geschätzt zu werden, sowie uns zu vertrauen, dass wir wirklich nur ihr Bestes im Sinn haben und ihnen nicht aus Geldgier in den Rücken fallen
- Kein Power Creep oder Money Grab-Veröffentlichung (spielzerstörende Karte)/geliebte Karten und Spielstrategien bleiben relevant und spielbar
- Es ist einfach mit freunden zu spielen und Turniere zu organisieren
- Wirklich gutes Match-Making
- One-stop-shop für Musiker und Künstler Musik, Kunst und Merchandise anzubieten

Customer Relationships

- Selbstbedienung für Musiker und Künstler
- Community-Verhältnis und Co-Creation für Spieler bis zu einem gewissen Rang und Creator von Karten, die bis zu einem Threshold hoch-gevoted wurden
- persönliche Betreuung für erfahrene Creator und für Creator von Karten, deren Up-Votes einen Treshold überschritten haben und deren Eigenschaften nachprogrammiert werden müssen
- individuelle persönliche Betreuung für die erfahrensten und besten Spieler und Creator
- Individuelle persönliche Betreuung für Käufer des „Mensch-zu-Karte“-Paketes

Negative Space

- da Software eigene Spiele zu erstellen ermöglicht, selbst wenn Spieler nicht zu uns kommen, gehen sie trotzdem von anderen Spielen weg
- wenn Spieler ihr Spiel starten wollen, sehen sie unseres Spiel, was eine Wahrscheinlichkeit garantiert, dass sie unser Spiel ausprobieren und bleiben

Kunden*innenbindung

- Findability: Website, Social-Media, Influencer
- Likeability: Spiel macht am meisten Spaß
- Workability: leichte, intuitive Bedienbarkeit der Software
- Payability: Spiel an sich ist kostenlos; schöne Versionen von Karten sind leicht bezahlbar
- Shareability: in Software eingebaut
- Needability: Spiel macht am meisten Spaß bleibt ihrem Spielern treu
- Scalability: sehr leicht, da Software

Danke