# 产品

做什么

找到适合自己基因的方向下然后坚持下去

探索到有特色、吸引人些、轻量的核心玩法；兼顾中长期的发展立足

个人体验，降低对他人的依赖度；短流程单局；后续结合一定积累资源的成长性系统

利用用户真实属性的社交关系游戏

符合微信官方的调性

很本土的题材，有日常生活共鸣的；更普适的

团队定位和规模约束下可做的

不做什么

市面上已经10个以上类似的，抢占用户也都不少了，且没发现自己团队能做得明显更好的切入点

已有几个大厂做的

实时多人互动的

玩法逐步试错，衍生思路，从一个玩法尝试更多元和更有效的市场切入点

原型版 极简

完整玩法版 兴奋，耐玩，挑战，进步空间

题材版，主题代入，现实题材，有启示性，群体话题传播

体验美感，自然，图形，安宁，个人的内在体验

美术

差异化，风格化

国内外普适

# 项目

从设计到开发制作上，定位小中型项目

根据具体项目的定位目标和规模，开发周期分别限定在1、3、5个月。

100人天探索、搞清、试错周期，200人天预立项

3人配置的话，30+，60+工作日见阶段性成果，做立项决定。

# 市场

发行海外FaceBook，Appstore GooglePlay

发行合作

# 交流

产品的持续吸引力，延长周期

商业化的主要收益点设计

商业化与玩法结合的、考虑

DAU和收益预期

留存、分享率数据，哪些产品有分享，拇指射箭，高分享率游戏

种子玩家测试

获取用户

后台人员需求 网游向产品