Vamos a ver distintos modelos más allá del Retail puro y duro.

La industria no valora el tamaño de mi producto. Bueno, bonito y currao. El juego debe durar unos 10 minutos o así. Porq si intentamos hacer algo la cagamos. Mínimo tamaño, máxima calidad. La forma de hacer proyectos grandes es metiendo más gente en el proyecto.

O el Street Fighter o un juego de coches (coche no luce animacion). Y tenerlo claro desde el principio.

Reglas importante:

* No Multiplayer, enlentece mucho sobre todo el testeo.
* No deportes: requieren IA muy específica. Mejor hacer otra más universal. Mejor salir del máster sabiendo preparar una IA más para todo
* No para juegos largos: RPGs no, una aventura CUIDADO porq requieren mucho.

# Intro de la ultima clase

Tenemos que hacer que los juegos tengan mas consumidores. El mercado de los videojuegos no se está expandiendo (siguen teniendo mas o menos el mismo numero de ventas de consolas) pero si q se está expandiendo poco a poco.

No crece, pero ¿por qué?

Aquí tenemos la gente que juega **juegos de PC/Consola**

Un dibujo de una persona

Descripción generada automáticamente con confianza baja

Hay muchísima gente que no se compra una videoconsola en su vida pero si que jugarían. Hay sitios (China, India) donde no hay muchas consolas. Las mujeres no juegan casi. Esos colectivos dicen NO.

Pero si pensamos, podemos hacer que jueguen. Su abuela juega videojuegos. Lo que hay que hacer es crear nuevos tipos de mercado, no intentar venderles estas consolas.

Hay juegos para jugar en un tiempo muerto (un ratito). Entonces ahí es donde aparecen los **juegos de móviles**.

Un dibujo de una persona

Descripción generada automáticamente con confianza bajaY lo de los móviles ha empezado a expandirse TANTO que ahora es más grande que los juegos de PC/Consola

Los juegos de móviles requieren distinto **modelo de negocio**.

Tenemos:

* **Audiencia descomunal**: hay muchos más móviles que consolas.

Hay 2 formas de monetizar esto

* + **Juegos premium** (igual que en consola)
  + **Free To Play (F2P)**: tiene sentido, porque pagar a priori ¿?

Ene l universo, tenemos: En general tenemos el pago a priori, las suscripciones y los micropagos

**A priori**: el cine, Ikea –> requiere un acto de fe, tienes que confiar en que te va a funcionar/gustar. Funciona bien para objetos físicos. Para el cine pues… Lo mismo pagas por algo que luego no te gusta. Te basas en la reputación (trailer, reviews, opinión de amigos…). Lo mismo que con los restaurantes. Pero en un videojuego es jodido (te reduce MUCHO el mercado, hay mucha gente que no va a pagar).

**Suscripciones**: Netflix, el agua, la luz, pago al mes.

* Esto se hace por 2 motivos:
  + **Desestacionaliza la facturación**: el 60% de videojuegos se vende entre el 15 de diciembre y el 10 de enero. Esto es malo (O igual con los libros en sant jordi). Al tener un Netflix tu facturas cada mes. A las empresas les interesa para desestacionalizar
  + **Se convierte en un hábito**: está comprobado que cuando uno se suscribe se olvida y cuesta mucho que se den de baja.

**Micropago**: te hacen creer que es gratis y te van a haciendo pagar. Esto es lo que funciona mejor por la dopamina.

Cualquier F2P se basa en:

# Funnel (embudo):

hay una cadena desde que una persona mira el AppStore (no nos conoce) y acaba en gastar dinero.

## Captación:

**User** **Acquisition** (**UA**): conseguir jugadores. Puede ser de 2 formas

* + **Orgánica**: descubre el juego de chorra, o se lo dice un amigo o algo (yo no hago nada para conseguirlo).
  + **Pagada**: hemos pagado para conseguir a esa persona

Si tengo UA de 100 es por una campaña de marketing (no nos interesa, interesa el 0%). Among Us NO hacia marketing.

Como se suele hacer la UA:

* + Facebook
  + Instagram
  + Tiktok
  + Campañas dentro de otros juegos (videos o anuncios dentro de un juego)
  + Influencers

**Porcentaje de UA**:

**Coste de adquisición**: cuanto me cuesta que Marta venga y haga click en mi publicidad. Este coste depende mucho de:

* + El país: cuando se lanza soft launches, se hace la publicidad en sitios como Filipinas, pq tiene mucha población y renta per capita muy baja. Yo no voy a pagar 4 euros por un filipino sabiendo que no va a gastar, por lo que el CAU es bajo. \_\_\_ *Yo creo que se ha rayao aquí el dani ¿¿?? \_\_\_*
  + El perfil: queremos jugadores para el candy crush saga, lo juega todo el mundo. CAU bajo. Si es del revés el CAU sube.

(Coste entre 0.8 y 4 euros).

*“La mejor campaña de marketing es tener un producto bueno”*.

## Retención (R)

Queremos que no se vayan una vez lo han instalado. La retención es una curva.

R1: quien vuelve al día siguiente; R7: SEMANA; R14quincena; R60: un mes; R180: medio año

De aquí sale una curva.

Imagen borrosa de una persona

Descripción generada automáticamente con confianza media

Cuando la curva va hacia arriba (retención alta) tenemos mas jugadores orgánicos.

Para que la retención sea buena:

* Tiene que ser un **buen** **juego**.
* **Mecánicas** **que** **favorezcan** **la** **retención**: appointment mechanics favorecen la retención (si vuelves mañana y pasada te doy una skin).

Normalmente, la gente viene y al principio ya se va mucha gente.

Lo que se quiere es esto:

* R1 quiere por encima del 31%
* R7 quiere por encima del 20%
* R3 quiere estar por el 10%

Imagen borrosa de un pizarrón blanco

Descripción generada automáticamente con confianza baja

En PC normalmente las R son mas altas (no hay hipercasuals, la gente ya sabe a lo que va).Y además el coste de instalación es mayor (tarda mucho), no es como un zapping como pasa en lo móviles.

Ahora ya hemos captado a alguien y les mola el juego a la gente. Pasamos a la siguiente fase

## Conversion

Queremos que la gente gaste. La gente que suele gastar es un 2% o 5%. NO podemos presionar a la gente a que gaste.

Yo tengo a gente que juega:

* **DAU**: Daily Active User. Cuantos usuarios diferentes han hecho login hoy en mi juego. Para un F2P debe haber muchiiisimos para que funcione bien.
* **MAU**: Month Active User: lo mismo pero al mes.
* **MAU/DAU Ratio**: cuantas veces se mete cada usuario al (cuantos días del mes este usuario se conecta). Queremos una relación alta. El indicador bueno de que X está listo para gastar dinero es un MAU/DAU alto (por encima de 10). Si viene un día de cada 3, está bien.

Los q cumplen esto se llaman **Whales**: individuo de alto gasto, los q gastan

**Dolphin**: gastan un poquito de vez en cuando.

**Freeloaders**: lo contrario, gente que se mete al juego pero no paga. Son militantes, son la mayoría de gente en España.

Podremos tener un juego en el que solo hay freeloaders si metemos Publicidad (Advert Games). Cada vez menos porque esta publi se paga muy barata. Ej: crossy road.

**Conversion Rate**: % de jugadores que va a gastar

¿Quién gana mas? ¿Seat o Audi? Puedo tener ambos modelos de negocio.

* Hipercasual: esto seria el seat, demografía universal (0.5%)
* Mid Core: AngryBirds, Clash Of Clans (mecánicas, tema) (2%)
* Core: call of duty de móviles (requiere más habilidad)
* Nicho: esto seria el Ferrari (muy especifico). (un 10% gasta)

Vamos a hacer el Candy Crush Saga CCS y un juego del espacio

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | DAU | % Conversion rate | Num ventas | Gasto  (cuanto vale el item promedio) |  |
| CCS | 10M | 0.2% | 20.000 | 0.99€ | 20k € |
| Espacio (nicho) | 10.000 | 10% | 1000 | 10€ | 10k € |

La conversión no vale siempre lo mismo.

En CCS un pack de energía cuesta 0.99 y una skin te cuesta más.

**Metricas clave hasta ahora: UA%, AL?, DAU, MAU, MAU/DAU, CONVERSION RATE.**

**ARPU (Average revenue per user)**: ingreso promedio por usuario.

Hay que decir el intervalo de tiempo. En 7 días, a 30 dias. Si es en un día tenemos el ARPDAU

Sumo los DAU de una semana. 13 millones de sesiones por ejemplo. ¿Cuánto dinero ha entrado**? X**

**[[ ARPU = Dinero / num\_sesiones ]]**

**ARPDAU**: ingreso promedio por usuario por día.

¿¿?? Lo dice a las 20:05 o así

En hipercasual ARPDAU = 0.02 / 0.05 por usuario y día (candy crush)

En mid-core: entre 0.20 / 0.35 cents (un Clash of clans)

En nicho: entre 0.50-0.60 cents

**ARPPU**: Average revenue per paying user. Quitando a los freeloaders. Cogemos dinero ganado hoy, contamos transacciones.

**[[[ DINERO / num\_transacciones ]]]**

King hace un F2P y hace un SoftLaunch. Pongo en filipinas por lo bajini y sin campaña de marketing. Y con mis amigos y familia tengo 1000 DAU en pequeño. Y lo escalo si veo que el experimento va bien.

Si tengo el experimento bien, y veo que gano el doble en pequeño pues me voy a un banco y hago un préstamo.

**KPI** **(Key Performance Indicator)**: indicadores de rendimiento clave.

**LTV** **(Life Time Value)**: desde q un usuario nace hasta que abandona, cuánto dinero me genera.

En gereral un F2P funciona si el **LTV > UA**.

El problema es q cuanto mas juegos F2P salen al mercado, el coste UA sube, porq tengo mucho donde elegir. Y el LTV se queda igual, entonces pues más fracasos.

Necesitamos

* **Subir LTV**: tengo que tocar el conversión Rate y lo que gastan por cada compra. Si consigo que 1/3 de la gente compre y que compre caro mejor

Así se inventa el Battle pass. Un padre dice yo no quiero que me saques pasta cada X tiempo. No, yo te compro el battle pass y ya tienes entretenimiento para 3 meses.

RESUMIENDO, PARA SUBRI EL LTV 🡪 **BATTLE PASS**

DAU alta, y gastos Altas

Ley Europa **GDPR**: General Data protection Regulation. En España **RGPD** reglamento general de protección de datos,

Viene de Facebook y Trump que pasaban datos de un lado pa otro e influyo mucho en el voto. Desde ahí se dijo que no podía pasar más. Transferencias de datos entre compañías está prohibido, a no ser que el usuario acepte. Facebook vendía datos sin decir nada. En general no podemos pasar datos

* **Bajar UA**: ¿Cómo hacer que el coste de adquisición sea 0?

Supercell tiene el juego A. Yo no puedo dar datos a otra empresa pero conozco a mis players. Xin sé cuando gasta esta persona, sé CUANTO GASTA LA GENTE, COMO, EN QUE Y CUANDO

Yo uso esa BD y si tengo el Clash Of Clans me hago el Clash Royale.

Esto se llama 🡪 **CROSS-PROMOTION.**

El modelo que parece más absurdo (dejar jugar gratis a la gente) es más rentable. Los juegos que más facturan son F2P. Pero es un modelo que requiere artillería muy pesada.

El día siguiente nos da 2 excels (reatiil y F2P para toquetear cosas). La semana que viene, lo mismo pero para gastos (no solo ingresos)