

Формирование модели монетизации в игре «Космические братья»

Шпагина Ксения, 2022



Оглавление



1. Цели проекта
2. Информация о проекте
3. Распределение пользователей по типам источников
4. Расходы на рекламу
5. Изменение количества построек по дням
6. Изменение количества построек по типам зданий
7. Модели монетизации
8. Выводы



Цели проекта:

- - Построить модель монетизации игрового приложения;
- - Выбрать оптимальное время для запуска рекламы, т.е. рассчитать, на каком этапе мы будем запускать рекламу и каким количеством её можем пожертвовать, чтобы не "утопить" пользователей в рекламе;
- - Рассчитать окупаемость рекламы при разных сценариях монетизации.

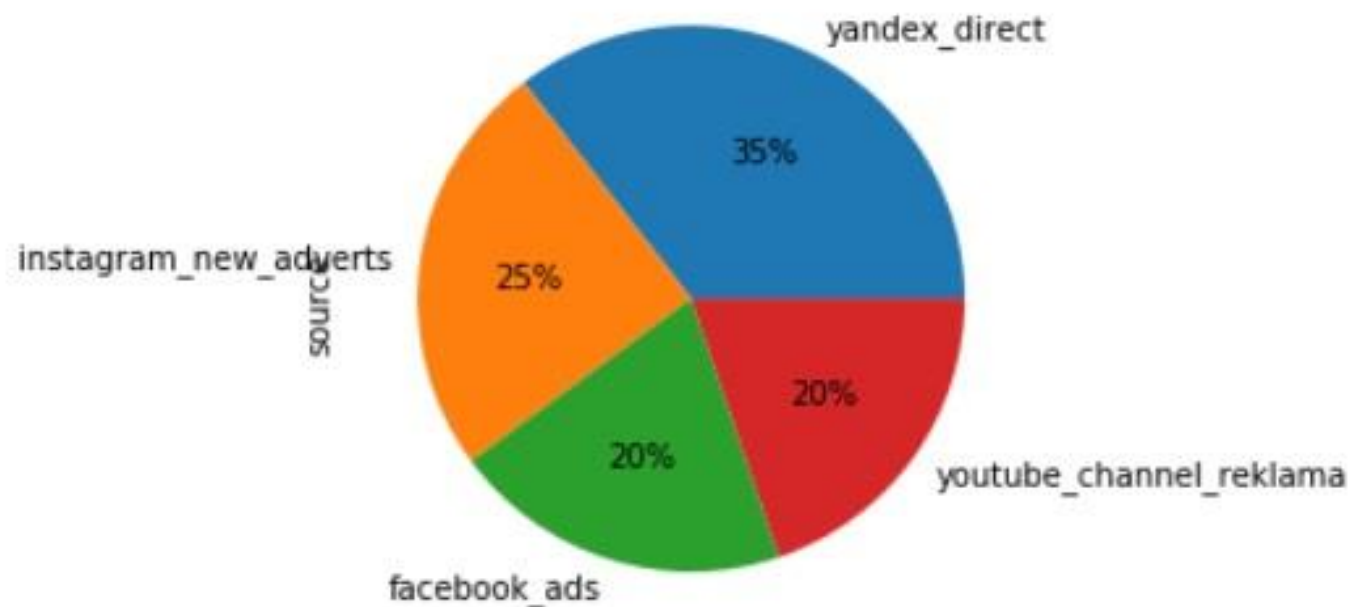


Информация о проекте

- В нашем распоряжении данные о действиях пользователей за период времени с 4 мая 2020 года по 5 июня 2020 года.
- Всего 4 источника траффика: фейсбук, яндекс.директ, ютуб и инстаграм. На каждом из источников реклама закупается в течение 7 дней: с 3 мая 2020 года по 9 мая 2020 года.
- На первом уровне пользователь может находиться в трёх состояниях: строительство, реализация проекта или завершение уровня.
- Игроку доступны три типа построек: сборочный цех, космопорт и исследовательский центр.
- Завершение уровня требует одного из двух условий: реализации проекта или победы над врагом.

Распределение пользователей по типам источников, с которых они пришли

```
yandex_direct      4817  
instagram_new_adverts 3347  
facebook_ads       2726  
youtube_channel_reklama 2686  
Name: source, dtype: int64
```



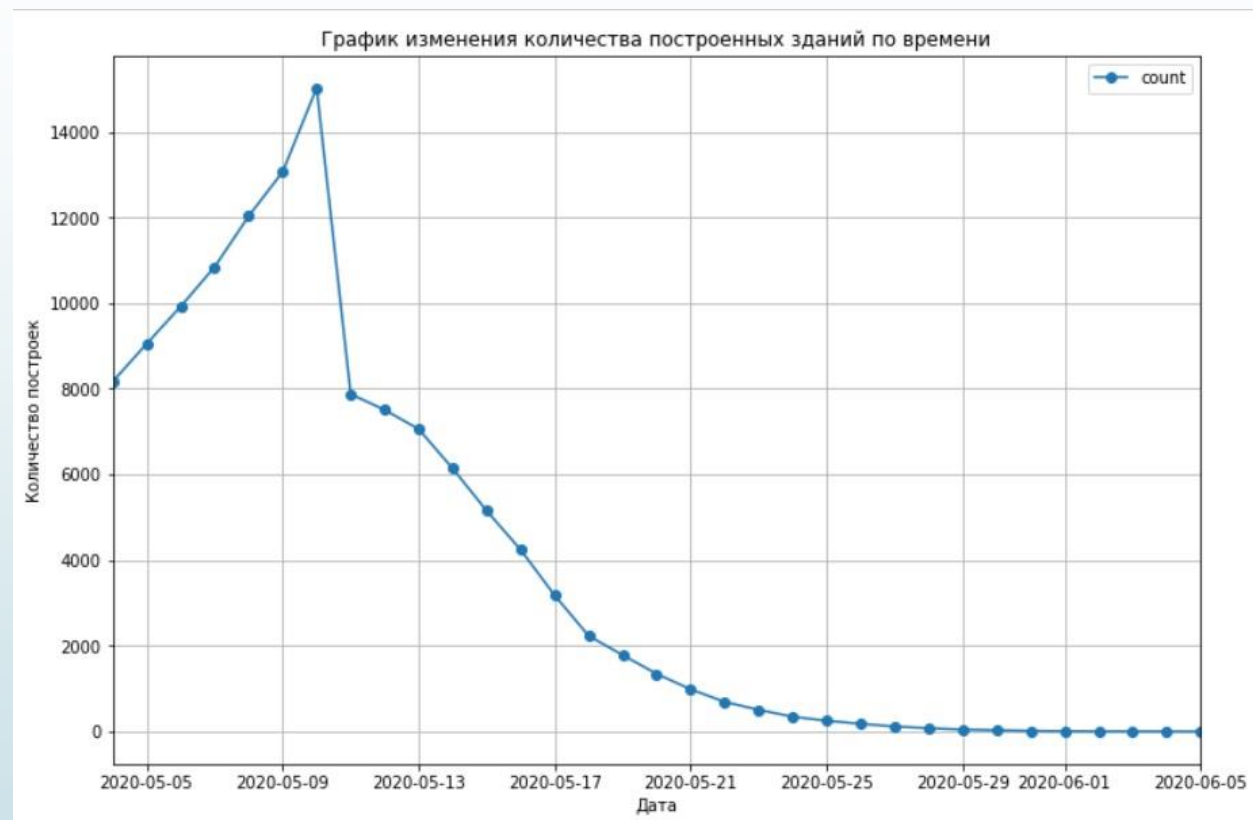
Расходы на рекламу

За рассматриваемый период на рекламу было потрачено всего 7 600 у.е.

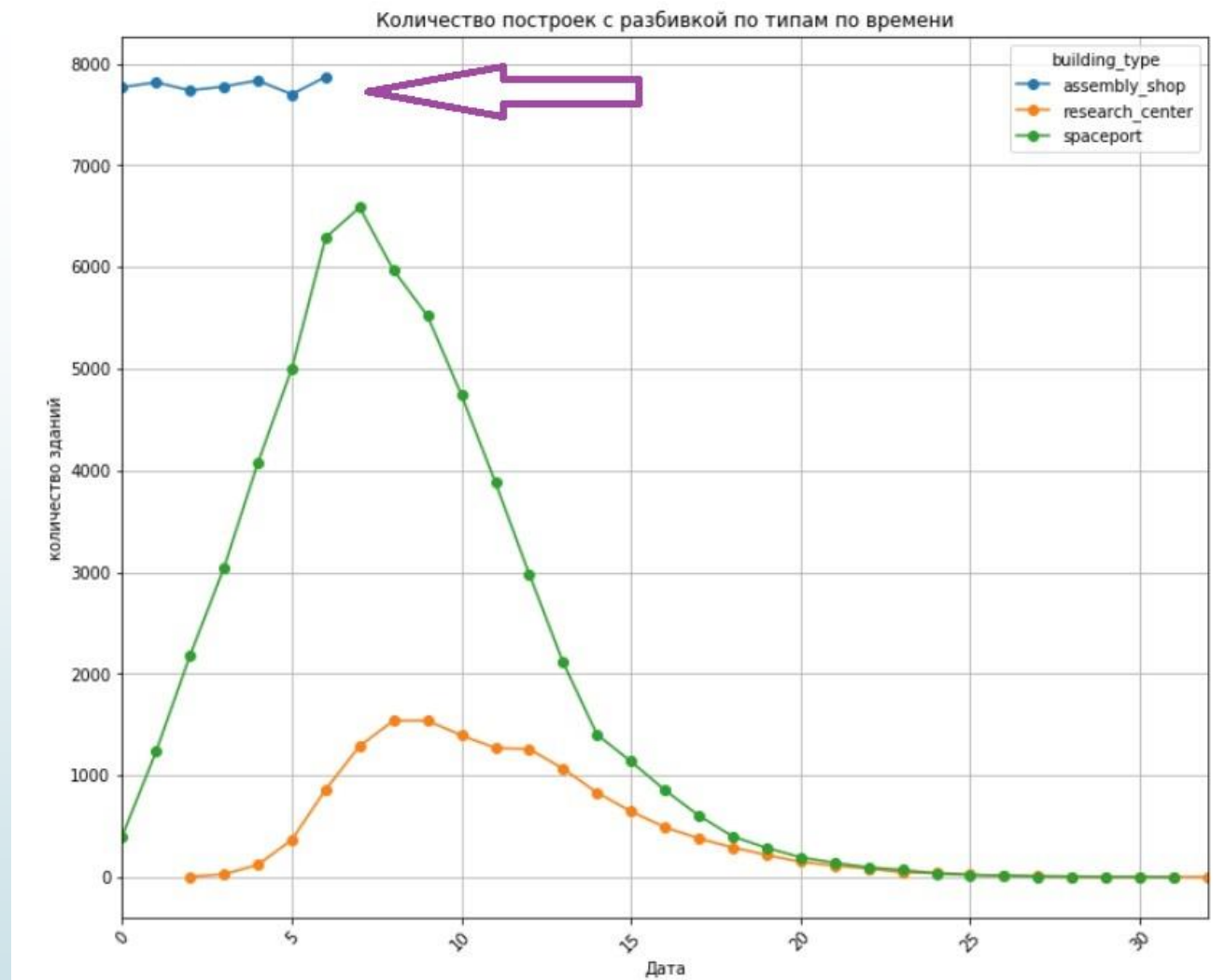
| source | | cost |
|-------------------------|-------------|------|
| facebook_ads | 2140.904643 | |
| instagram_new_adverts | 2161.441691 | |
| yandex_direct | 2233.111449 | |
| youtube_channel_reklama | 1068.119204 | |

| day | | cost |
|------------|-------------|------|
| 2020-05-03 | 3302.451840 | |
| 2020-05-04 | 1865.004649 | |
| 2020-05-05 | 1029.431469 | |
| 2020-05-06 | 620.476519 | |
| 2020-05-07 | 391.852033 | |
| 2020-05-08 | 242.767553 | |
| 2020-05-09 | 151.592924 | |

Изменение количества построек со временем



Резкий рост на графике объясняется показами рекламы. Не менее резкий спад - тем, что практически все активные игроки достаточно быстро перешли на следующий уровень.



На данном графике можно увидеть резкое прекращение строительства игроками сборочного цеха. Стоит проверить, что случилось с доступом к этому типу постройки



Модели монетизации

1. Если показывать рекламу при каждом строительстве, то при стоимости одного показа рекламы 0.07 у.е. наша выручка составит всего 17% от всех затрат на рекламу.
2. При уменьшении показов рекламы на 20%, т.е. в случае показа рекламы в 4 из 5 случаев, мы окупим всего лишь 95% рекламного бюджета, а при уменьшении показов на 10% - выйдем в небольшой плюс.
3. Если увеличивать показы рекламы, например, добавить дополнительную рекламу, которую можно посмотреть за определённые внутриигровые бонусы, это увеличит прибыль от рекламы, при этом игрок сам сможет контролировать, сколько рекламы он хочет смотреть и нужны ли ему эти бонусы.



Выводы по исследованию

1. Чтобы выйти на эффективный уровень, количество показов рекламы игрокам следует увеличить.
2. Стоит уделить внимание PvP-направленным игрокам. Они больше строили и их больше дошло до следующего уровня, то есть они меньше потеряли интерес к игре, чем PvE-направленные пользователи.
3. Обязательно нужно выяснить, что случилось со сборочным цехом, и почему возможность его строить резко прервалась.
4. Если дать возможность игрокам на первых порах выбирать, хотят ли они смотреть рекламу, которая ради бонусов, это может увеличить их заинтересованность игрой.
5. Для снижения уровня недовольства от показов рекламы, надо сделать её помогающей игрокам. Тогда они сами будут её включать.



Спасибо за внимание