

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«УЛЬЯНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ И ТЕХНОЛОГИЙ
Кафедра «Информационные системы»
Дисциплина «Экономика и управление проектом»

“Пошаговая ролевая игра для
мобильных устройств *Underworld: Agony*”
СМО

Выполнил:
студент гр. ПИБд-41
Крутов М. В.,
Проверил:
Желепов А. С.

Ульяновск, 2021г.

СМИ

К сожалению, подобного рода проект сложно продвинуть для популяризации на целевых интернет журналах/сайтах. Можно воспользоваться тем, что игру разрабатывает русская команда и попробовать продвинуть репосты и публикации наших статей, дневников разработчика и состояние проекта на этих ресурсах:

1. Playground (<https://www.playground.ru/>) довольно старый и известный портал. Максимально общий сайт не только на игровые тематики. Скорее всего, информация о нашем проекте “растает” в общей массе новостей.
2. StopGame (<https://stopgame.ru/>) еще один старый медиа проект. Более тагетирован на игровую публику, имеет крупные медиа ресурсы. Наиболее вероятно, что получится договориться с редакцией об освещении проекта с использованием их инструментов.
3. IgroМания (<https://www.igromania.ru/>) Аналогично StopGame. Более старый ресурс, который вышел из печатного игрожура. В данный момент менее востребован и сговорчив, чем StopGame.
4. Goha (<https://www.goha.ru/>) портал более направленный на ММО и их освещение. Есть открытый форум, поэтому проблем с публикацией и продвижением не будет. Если кто-то из редакторов заметит посты, и они его заинтересуют, вероятно, помогут с продвижением.
5. GameBobm (<https://gamebomb.ru/>) более молодой проект, но не менее популярный. Ожидается меньшая эффективность, в сравнении с другими ресурсами.

Ожидается приток действительно заинтересованных в мобильном гейминге аудитории, которая будет составлять меньшую часть итоговой аудитории проекта, но, в среднем, более платежеспособна. Есть вероятность найти человека в команду, инвестора, ценный фидбек.

Социальные сети

Необходимо создать и вести социальные сети в виде страниц и/или групп в: ВКонтакте/Одноклассники, Twitter, Facebook. Создать Дискорд канал по разработке. Создать конференцию в Telegram (в основном, будут репосты и новости с других ресурсов).

Справедливости ради, непосредственно реклама этих площадок вряд ли чем-то поможет. Самое главное, вести профили этих сеток, а именно: активно постить новости о ходе разработки; делать компиляции мыслей разработчиков с механиками, прототипами, некоторыми дизайнерскими решениями в виде циклов “Дневник разработчика”; объявлять о наборе в команду; использовать возможность обратной связи с начальной, максимально заинтересованной аудиторией.

По аудитории, аналогично со СМИ, но вероятность заинтересовать случайного пользователя несколько выше.

Другие виды рекламы

Создать свой YouTube и Twitch, где устраивать потоки стримов с беседами о проекте, секцию вопросов/ответов и постить видео по проекту.

Непосредственно по рекламе: самой эффективной будет реклама самих площадок распространения – Google Play и App Store (вторая сильно дороже).

https://ads.google.com/intl/ru_ru/home/campaigns/app-ads/

<https://searchads.apple.com/>

Так мы привлечем “слоняющую” по играм аудиторию, когда они будут просматривать очередную рекламу на своем смартфоне, что запустит реакцию снежного кома из-за ранее подготовленных собственных медиа ресурсов и начального костяка фанатов игры.

По нетрадиционным подходам ниже.

Реклама, требующая больших затрат

Скорее всего, самым эффективным и дорогим будет развертывание рекламной компании на платформах YouTube и Twitch. Есть проблема в виде доминанции компании Plarium - <https://plarium.com/ru/> с их играми RAID: Shadow Legends и Vikings: War of Clans. Они внесли довольно много негатива своей навязчивой рекламой, даже хуже различных пирамид и рулеток. Если смотреть на их опыт, нужно составлять продуманные договоры по рекламе, а именно, ставить некоторые цели перед подрядчиком: переход по ссылке/баннеру, регистрации, прохождение туториала, микротранзакции от пользователей.

Для Twitch. Обычно, баннер у среднестатистического стримера стоит от 20 до 40 тыс. руб. в месяц. Полная медиа программа с интеграциями может достигать до 300 тыс. руб. у популярных стримеров, некоторые приоритетные активные стримеры:

<https://www.twitch.tv/melharucos>

https://www.twitch.tv/c_a_k_e

<https://www.twitch.tv/flashko>

<https://www.twitch.tv/alohadancetv>

<https://www.twitch.tv/voodoosh>

<https://www.twitch.tv/manyrin>

<https://www.twitch.tv/silvername>

Более подробные стоимости и обязательства нужно обговаривать индивидуально.

Рекламная компания на Twitch более предпочтительна из-за наличия замотивированной аудитории и некоторых безобразно богатых потенциальных игроков.

Для YouTube. Интеграция в видео на целевых каналах о ММО и мобильных играх будет стоить от 5 до 20 тыс. руб. за одной видео для средних/крупных каналов. Покупка рекламы у “лидеров мнений” не имеет смысла из-за своего огромного ценника по отношению к приросту аудитории и отношению к подобной рекламе их зрителей. Наименее предпочтительный план рекламы, лучше вложить средства в оптимизацию и доминированию в рекламе в Google Play и App Store.

Медиа-план

Он довольно простой:

- вести профили соц. сетей.
- публиковать дизайны, изображения из игры
- составлять и публиковать статьи “Дневник разработчика”
- проводить активности в виде ивентов с внутриигровыми наградами
- проводить опросы по аспектам игры
- публиковать статистику по самой игре (сколько пользователей достигли определенного уровня/прогресса, какой самый популярный персонаж; какие-нибудь забавные метрики, например – пользователь провалил tutorial более 30 раз подряд, но смог его пройти и дропнул нашу игру)
- проводить совместные стримы с популярными стримерами или главами сообществ по игре
- поддерживать состояние комфортной обратной связи для игроков (в основном, для дискорда)
- в зависимости от метрик прироста, бансировать бюджет основных направлений рекламы, приоритет на предрелизный период и неделя до выхода нового патча.