Monetizace ve hrách

**Mikrotransakce**

Mikrotransakce je relativně nízký obnos (jednorázová částka do výše zhruba 250,- Kč), kterým zaplatíte za určitou službu, nejčastěji v internetovém prostředí. Za posledních několik let se začaly běžně vyskytovat v počítačových hrách.

Dříve byly původně spojovány hlavně s reklamou (např. poplatky youtuberům za kliky), se zpoplatněním obsahu některých webů (tzn. exkluzivita části článků) nebo s dalšími způsoby elektronického obchodování. Už na konci 90. let šlo o poměrně agresivní mechaniku, s níž měli někteří uživatelé problémy. Postupem času se objevovaly nové metody, jak malé platby propašovat do každodenního života internetu, takže se dnes drží na špici mechanik vydělávajících peníze v digitálním prostředí jak malým podnikatelům, tak samozřejmě velkým korporacím. Ač se totiž jedná o malé platby v řádu několika dolarů, ve výsledku se v celém systému točí obrovské kvantum peněz.

Do herního světa vstupovaly opatrně, aby se poté dostaly do všech různých žánrů. Původně se objevovaly v menších mobilních hrách a ve hrách na sociálních sítích. Nicméně aplikace do tzv. free-to-play her měla fenomenální úspěch, a to hned z několika důvodů. Asi tím nejdůležitějším činitelem byla absolutní nepřipravenost, až bezbrannost uživatelů, na něž mířila. Odhaduje se, že až polovina hráčů všech her se pohybuje na mobilních platformách (potažmo hraje přes sociální sítě) a valná většina z nich nejsou tradiční hráči na PC či konzolích. Jedná se o mladší ročníky základních škol, ženy na mateřské dovolené a seniory.

Právě pro ně je většina masově propagovaných titulů určena. Nenajdete v nich složité mechaniky, jsou návykové a dokáží své hráče odměňovat za věrnost. Asi nejlepším příkladem jsou všechny variace na „spoj tři“ hry. Jejich základní princip pochopíte při prvním spuštění a z počátku vám půjdou velmi snadno. Postupem času ovšem začne přituhovat a budou docházet životy, resp. tahy. Vždy budete mít pocit, že jste byli kousíček od úspěchu, a tak si řeknete, že si přece za deset korun můžete koupit ty dva tahy navíc, abyste to zatrolené kolo překonali. A poté zase hrajete, dokud se opět nezaseknete. A to je přesně ten pocit, který ve vás chtějí vývojáři agresivně používající mikro platby vyvolat.

Příklad: Skvělým prostředkem, jak zmást uživatele, je zavedení většího množství platidel do herního prostředí a vymyslet mezi nimi převodní kurz. Líný uživatel ani netuší, kolik za co platí a jestli je to výhodné. V tomto směru exceluje Clash of Clans od Supercell.

**Mikrotransakce ve velkých titulech**

Část hry dostanete zdarma, a pokud se vám líbí, doplatíte si za další obsah. Tímto netradičním směrem se nejčastěji vydávali malí vývojáři, ale nyní se s podobnými postupy nemusí trápit, a to díky možnosti vrácení peněz od Steamu. Častějším postupem je ovšem monetizování dodatečného obsahu bez ovlivnění samotné hratelnosti, a málokdy se s nimi setkáme v módech pro jednoho hráče. Mikrotransakce se totiž maximálně rozmohly v multiplayeru.

Dokonce se objevily důkazy o tom, že největší korporace vydělají na malých poplatcích více než na prodejích samotných her. V zakomponování mikrotransakčních mechanik se přitom dá postupovat mnohem citlivěji než s tzv. loot boxy, jimiž se nechvalně proslavil [Star Wars: Battlefront II](https://www.alza.cz/star-wars-battlefront-2-recenze) od [EA](https://www.alza.cz/electronic-arts/v1851.htm). Řada vývojářů poskytne možnost nakoupit si pouze grafické úpravy vlastních postav, zatímco Electronic Arts nabídla poloprázdný titul, který jste si museli naplnit vyždímáním svého účtu.

**DLC**

DLC (donwloadable content) je obohacení původní hry. Může se jednat o nové mise, nové jednotky nebo nový příběh. Funguje jako nepsané poděkováním za nákup původní hry. Pouze v ojedinělých případech jsou DLC dostupná k titulům zdarma, ve velké většině případů si je musíme ke hře přikoupit. Ať už za skutečné peníze, nebo za body dané konzole.

Jenže existují hry, u nichž je koupě samotného titulu pouze vstupenkou do prostředí, kde teprve můžete začít utrácet. Něco jako když si zaplatíte vstup na matějskou a poté ještě extra platíte za svezení na každé atrakci.

**Otázky:**

1. Koupili jste někdy/znáte někoho, kdo si koupil nějaké herní DLC? Pokud ano, litujete/litovali toho?
2. Hrajete mobilní hry? Pokud ano, cítíte se přesyceni s „pop ups“ s nabídkami ke koupi platidel/skinů?
3. Koupili jste si někdy do hry battlepass/season pass? Proč ano/ne?
4. Znáte nějaké hry, které jsou vyloženě „pay to win“?
5. Utratili byste radši velké peníze za hru a nikdy se nesetkat s mikrotransakcemi NEBO byste si zahráli free to play hru s neustálými reklamami na mikrotransakce?
6. Za co byste byli ochotni ve hře utratit peníze? (Platidla/skiny…)
7. Myslíte si, že se tento trend bude nadále rozvíjet, nebo že může dojít k nějakému obratu?