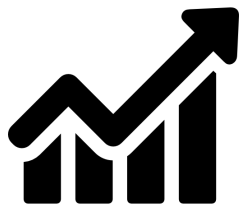


Оптимизация модели монетизации мобильной игры «Космические братья»

Датасеты предполагают данные об игроках и их действиях
в период с 2020/05/04 00:00:01 по 2020/06/05 12:32:49



ЧТО НУЖНО СДЕЛАТЬ

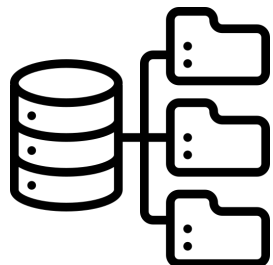
1. Оптимизировать модель монетизации игры с целью сохранить пользователей и излишне не раздражать их рекламой, при этом необходимо окупить расходы на маркетинг
2. Разработать дашборд игры с фильтрацией по источнику привлечения игроков и количеством событий по дням

НА ЧТО ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ



Кроме того, нам приходится работать в следующих ограничениях:

- Стоимость показа зафиксирована и составляет 0.07 у.е.
- Реклама крутилась с 4 по 10 мая
- Расходы фиксированы. Задачей оптимизации расходов занимается другая команда.
- Механика фиксирована. То есть мы не можем строить свою модель на том, что будет изменена механика, вроде показов при битвах, или введение магазина и т.д.

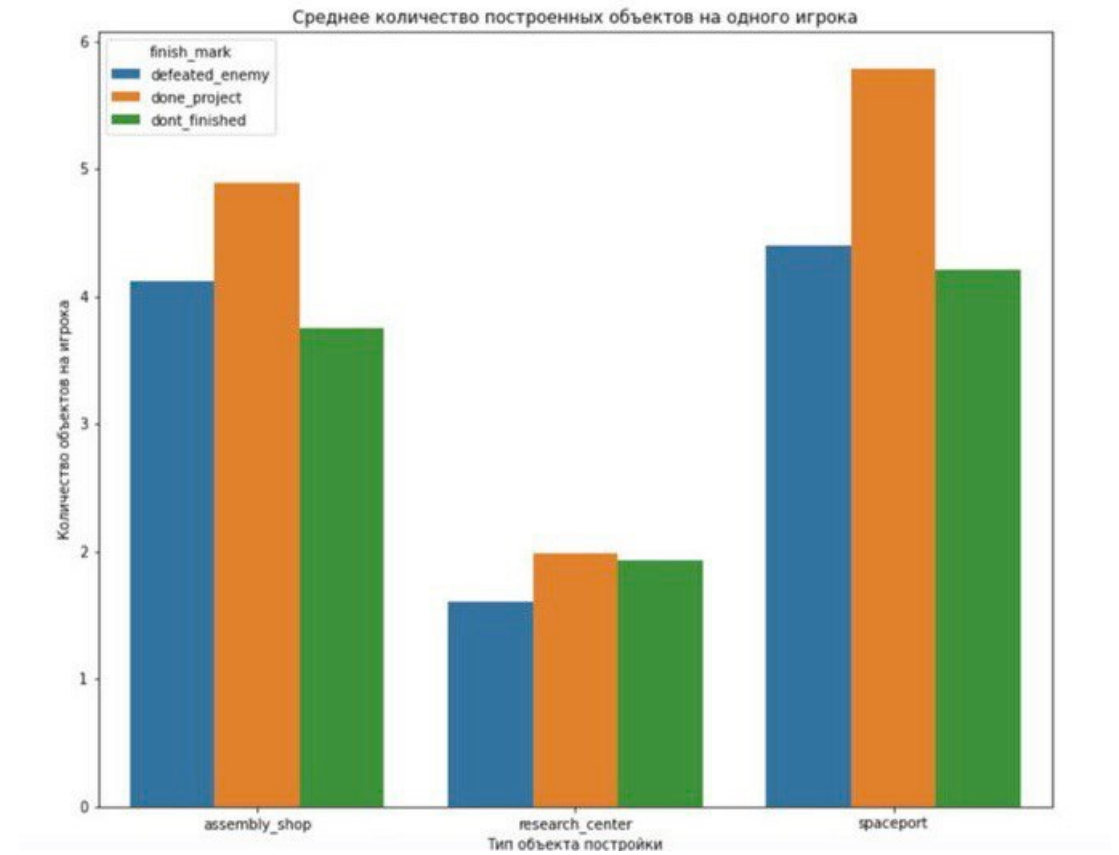


ЧТО ЕСТЬ

Исследование будет основываться на данных из таблицы
game_actions.csv, ad_costs.csv , user_source.csv

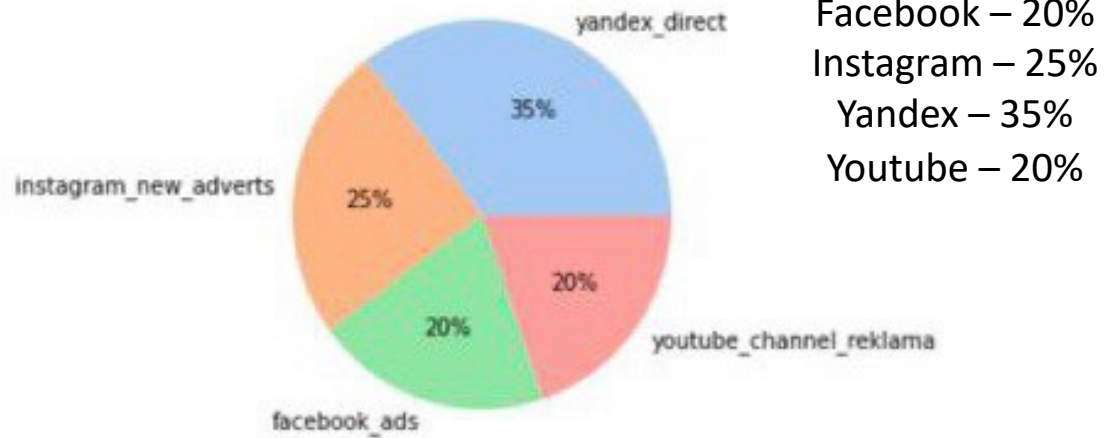
Анализ событий и построек

- 1) Событий всего 135 639 ед.
Всего 43% игроков прошли 1 уровень
- 2) 2 стратегии прохождения игры:
строительство объектов
поражение врага (3951) и строительство
объектов (1866)
- 3) Медианное количество
строек за игру – 10 единиц
- 4) Больше всего строят spaceport,
assembly_shop, research_center

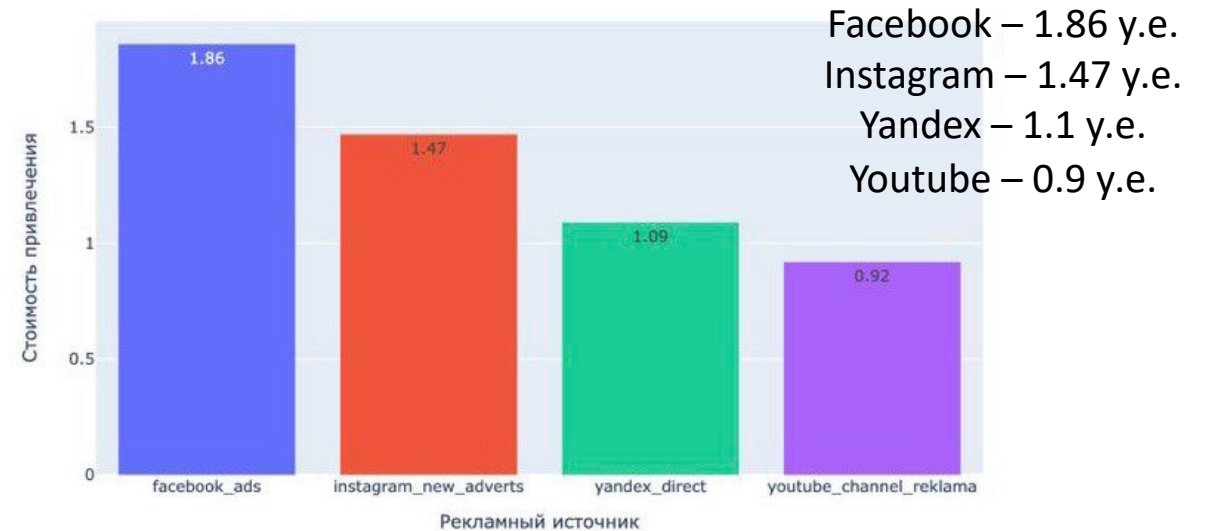


Анализ источников привлечения игроков

Доля игроков, привлеченных из источников



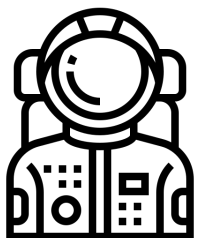
Стоимость привлечения игроков по источникам



Оптимизация модели монетизации



По требованию заказчика для снижения негативного (обратного) действия рекламы во время игры и чтобы не отпугнуть пользователей предлагается показывать рекламу начиная со второй постройки



Суммарные затраты на маркетинг 7603.58 у.е.



При варианте показа рекламы со второй постройки показатель ROI (окупаемость расходов на маркетинг) составит 105,3%,
а в денежном эквиваленте окупаемость составит 402 у.е.

РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ МАРКЕТИНГА И РАЗРАБОТЧИКОВ ИГРЫ

- Перераспределить маркетинговый бюджет в сторону более окупаемых источников (от facebook к yandex и youtube), больше обращать внимание на аудиторию, в которой происходит реклама.
- Для снижения негативного (обратного) действия рекламы во время игры и чтобы не отпугнуть пользователей предлагается показывать рекламу начиная со второй постройки. Данная модель монетизации покрывает расходы на маркетинг.
- Стимулировать игроков к прохождению игры через проект, так можно увеличить выручку при показе рекламы на одну постройку.
- Проверить игровой баланс в области строительства research_center и реализации проекта первого уровня.

Ссылка на дашборд:

https://public.tableau.com/views/graduation_yandex/cosmic_brothers?:language=en-US&:display_count=n&:origin=viz_share_link

Исполнитель: Осипова Мичилина

Электронная почта: michiosipova@gmail.com