Referencer, spørgeskemaer, diagrammer etc.

Alle bilag skal være henvist til i opgaveteksten

Alle bilag nummeres og placeres i rækkefølge ud fra henvisninger i opgavetekst

Evt. oversigt over bilag hvis mange

Bilag overskrift 1

Bilag overskrift 2

BMC

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Key Partners**  Distributører (fysiske og digitale butikker)  Publishere af deres spil, ofte “3D Realms”  Organisationer i spilindustrien, f.eks GameHub Denmark | **Key Activities**  Udvikling af interne og eksterne spilprojekter, herunder porting til spilkonsoller | **Value Proposition**  Interaktiv underholdning  Porting af spil til spilkonsoller, herunder besparelse på hardware  Hjælp til udvikling af computerspil | | **Customer Relationships**  Veteran spiludviklere som selv er fans af retro FPS spil  Tiltrækker spiller kunder ved at lave retro-inspireret spil  Mangler et community for at fastholde og udvide forholdet til kunder | **Customer Segments**  Spillere af action FPS-computerspil, herunder spillere der foretrækker retro-inspireret spil  Andre spiludviklingsvirksomheder der skal bruge assistance til udvikling af deres spil |
| **Key Resources**  Spiludviklere  Hardware til at udvikle spil samt konsolporte, ex: computere og spilkonsoller | **Channels**  SoMe   * Steam * LinkedIn * Twitter * Facebook   Digitale spilbutikker  Spil konferencer  Website  E-mail |
| **Cost Structure**  Variable costs:   * Løn til medarbejdere, herunder til:   + Udvikling af spil og ekstra spil-indhold hvis DLC   + Markedsføring og salg af spil, hvis de selv udgiver et spil   Fixed costs:   * Software licenser til digitalt kreativt arbejde | | | **Revenue Streams**  Kommission til udvikling og/eller porting af samarbejdspartneres spilprojekter  Salg af egne spil  Muligvis støtte af moderselskab(er): Saber Interactive, Embracer Group | | |

SWOT

|  |  |
| --- | --- |
| Interne forhold | Eksterne forhold |
| Styrker   * Produkter med retro-appeal * Industri erfaring og erfarne udviklere * To indkomstkilder (produkter og udvikling/porting services) * Samarbejde med andre udviklere | Muligheder   * Egne nye spil IP-er * Puste nyt liv i samarbejdspartneres retro spil IP-er * Spil bygget på moderne teknologier |
| Svagheder   * Mindre kendt brand * Niche appeal * Få fans / lille community * Varierende kvalitet af egne produkter | Trusler   * Konkurrenters produkter, eksisterende og nye * Faldende interesse i genre blandt primære målgruppe * Dårligt omdømme som samarbejdspartner |

Personaer

* 1. Navn
     1. Alder
     2. Uddannelse
     3. Jobsituation
     4. Mål og udfordringer ift. produkt/service
     5. Værdier og bekymringer
     6. Præferencer og Keywords
  2. Simon (Chef af Spiludvikl firma, - Samarbejdspartner)
     1. 50 år
     2. Handelsuddannelse
     3. CEO af spilvirksomhed
     4. Er interesseret i at samarbejde med Slipgate på deres næste spil
     5. Værdier og bekymringer
     6. Præferencer og Keywords
  3. Casper (Programmør, vil gerne ansøge hos Slipgate - Talent)
     1. 30 år
     2. Datamatiker
     3. Arbejdssøgende
     4. Ansøge job hos Slipgate
     5. Værdier og bekymringer
     6. Præferencer og Keywords
  4. Anna
     1. 26 år
     2. Journalist
     3. Journalist for spil medie
     4. Kontakter slipgate for at skrive om dem i medier
     5. Værdier og bekymringer
     6. Præferencer og Keywords
  5. Thomas (Far, gift med 2 børn, retro gamer - Kunde)
     1. 42 år
     2. Ingeniør
     3. Elektriker
     4. Kunde, vil gerne deltage i et community omkring Slipgate’s spil og evt. prøve flere af deres spil
     5. Værdier og bekymringer
     6. Præferencer og Keywords

#### Styleguide

LAV I INDESIGN

#EF3832 (logo red color)

#151515 (logo bg color)

Fira Sans Typeface (pt. størrelser?)

Btw, de har 2 logoer, det firkantede er det nye. Hjemmesiden var designet med det gamle, hvilket passer bedre: