

Waarom een Medieval RPG?

The Legend of Zelda: Breath of the Wild, The Witcher 3: Wild Hunt, The Elder Scrolls V: Skyrim. Dit zijn allemaal erg succesvolle games en ze hebben allemaal 1 ding gemeen. Het zijn RPG's die zich in de oudere tijden afspelen.

Waarom Pixelart?

De meeste van ons zijn erg nieuw op gebied van games maken. Bij het games maken komt ook het designen van alles zoals karakters levels enzovoort. Dit allemaal duurt al erg lang tijd. Als we dit in pixelart doen dan lijkt het ons wel te halen. Maar als we dit in veel betere kwaliteit willen doen. Dan gaat dat ons echt niet lukken binnen deze tijdsmarge.

Andere Storyline's

The Legend of Zelda: Breath of the Wild: De schurk wil Hyrule kapot maken. De speelbare personage moet hem stoppen door hem te verslaan.

The Witcher 3: Wild Hunt: Verloren dochter terugvinden. In de game kun je praten met mensen. De dingen die je zegt hebben effect op dingen in de game. De game heeft hierdoor 36 verschillende endings.

The Elder Scrolls V: Skyrim: Er is een draak die alles kapot maakt, main personage moet de draak doden.

Verhaallijn (oud)

Doel: Ridder moet vanaf begin naar het eind waar een boss staat te wachten. Als hij deze verslaat dan heeft hij gewonnen.

Idee: Ridder leeft in een dorp, hij gaat weg uit zijn dorp. Als hij weg is wordt zijn dorp verwoest om een of andere reden. De ridder gaat op een avontuur om de grote schurk te verslaan. Hij gaat telkens naar de dorpen waar de schurk al geweest is. De ridder is dus net te laat. 2 keer als hij in een dorp aankomt dan ziet hij nog handlangers van de schurk. Dit zijn dan erg lastige battles die je voorbereiden op de grote bossfight.

Overzichtelijker

Ridder verlaat dorp.

Schurk verwoest dorp.

Ridder gaat achter de schurk aan op een avontuur.

De ridder komt onderweg naar andere dorpen vijanden en vrienden tegen.

Ridder komt te laat aan in dorpen die al verwoest zijn door de schurk.

2 keer komt de ridder bijna op tijd aan en vecht hij tegen handlangers van de schurk (mini-bossfights).

Uiteindelijk is de ridder er eerder dan de schurk. Dit is de final bossfight.

Verhaallijn (nieuw)

Ridder komt aan in zijn dorp en ziet iedereen op de grond liggen, hij begrijpt niet wat er gebeurt. Hij gaat uitzoeken wat er allemaal is gebeurd. Hij komt bij een toren met allemaal blauw spul. Hij komt er uiteindelijk achter dat dit de zielen zijn van mensen. De schurk gebruikt de zielen om sterker te worden. Je moet de schurk verslaan voordat hij meer onschuldige mensen hun zielen afpakt.

Gamenaam ideeën

Missie:

Ons bedrijf staat voor het vermaken van mensen die het leuk vinden om RPG-games te spelen. Er zijn natuurlijk al een heleboel RPG-games, maar naar onze mening kunnen er niet genoeg van deze spellen zijn. Wij denken dat we, zeker in deze coronatijd, een game kunnen ontwikkelen waarmee de mensen zich kunnen vermaken. Wij als onderneming maken een game voor mensen die het leuk vinden om RPG-games te spelen en ouder zijn dan 12 jaar. Onze kernwaarden zijn kwaliteit en innovatief. De game moet goed zijn en moet ook met de tijd mee veranderen.

Visie:

Als het lukt om onze missie waar te maken, dan hopen wij over 10 jaar meerdere games op de markt te hebben. Het zou mooi zijn als we dan ook een gecompliceerd spel hebben kunnen uitbrengen, met bijvoorbeeld 3d modellen. Uiteindelijk is het doel natuurlijk dat we als bedrijf kunnen blijven bestaan door middel van het ontwikkelen van videogames en de concurrentie aan kunnen gaan met grote bedrijven.

Systematische Probleem Analyse:

In deze coronatijd moet iedereen zoveel mogelijk thuisblijven, zodat er zo min mogelijk mensen besmet worden met het coronavirus. In het begin is het misschien nog wel vol te houden om een langere tijd thuis te zitten zonder vrienden te zien of de hobby uit te voeren die je voor de hele corona deed om alles even te vergeten. Ik denk dat ik wel voor iedereen mag spreken dat het op den duur toch echt gaat vervelen om zo lang thuis te zitten. Dit is een probleem, omdat iedereen thuis wat sneller geïrriteerd is en er dus ook sneller ruzies ontstaan onderling. Het zullen vooral jongeren en hun ouders zijn die met dit probleem kampen, maar ook zeker volwassenen in een relatie die samenwonen kunnen er last van hebben. Ouderen zullen hier waarschijnlijk minder last van hebben, omdat zij al vaker langere tijd binnen zitten. Het probleem is echt van deze tijd. Sinds corona ons land heeft getroffen zitten mensen vaker langer thuis. Het probleem is best groot, omdat mensen in het hele land er last van hebben. Als het probleem niet opgelost wordt, zullen meer mensen thuis ruzies krijgen en er breuken ontstaan in families. Er zijn voor de rest niet echt problemen die opgelost moeten worden voordat ons product goed werkt. In het verleden is er eigenlijk maar een keer hetzelfde probleem voorgekomen en dat was tijdens de Tweede Wereldoorlog. Natuurlijk zijn die omstandigheden niet te vergelijken met de omstandigheden waarin we nu leven, maar toen mochten mensen ook niet altijd naar buiten en hadden ze ook beperkingen in hun vrijheid. Het is

natuurlijk lastig te zeggen wat die mensen deden als ze zich verveelden, maar de kans is groot dat er met het hele gezin een bordspel gespeeld werd. In onze groep zijn geen mensen die tegen ons idee zijn. Vooral mensen die gamen zullen baat hebben bij ons product, omdat ons product een game is.

Klantanalyse:

Wij maken onze klantanalyse op basis van het kano-model. Het Kano-model is opgebouwd in 3 verschillende factoren. Dit zijn de basisfactoren, prestatiefactoren en de WOW-factoren. De basisfactoren moeten minimaal aanwezig zijn wil de klant het product kopen. Voor de prestatiefactoren geldt dat hoe meer ze aanwezig zijn, hoe tevredener de klant is. De WOW-factoren mist de klant niet als ze er niet zijn. Dit zijn de dingen die de klant verrast als ze wel aanwezig zijn. Met deze methode kunnen wij het beste omschrijven wat er belangrijk is voor de klant bij ons product.

Onze doelgroep zijn mensen die houden van RPG-games en ouder zijn dan 12 jaar. Het spel is voor kinderen jonger dan 12 jaar waarschijnlijk te lastig om alles te begrijpen, dus om die reden hebben wij ervoor gekozen om ons te richten op kinderen die ouder zijn dan 12 jaar. We hebben eigenlijk niet echt een maximale leeftijd. Wij denken dat ook veel oudere gamers het spel gaan spelen, omdat dit voor hun toch een stukje nostalgie is.

Het is voor de klant belangrijk dat het spel een goede verhaallijn heeft. Het heeft voor de speler geen zin om het spel te spelen als de verhaallijn onduidelijk is of nergens op slaat. De klant moet ook tevreden zijn over de gameplay, zodat hij ook echt wil doorspelen totdat het spel helemaal uitgespeeld is.

Wat waarschijnlijk geen vereiste van de klant is maar het spel wel een stuk aantrekkelijker zou maken, zijn achievements. Dit maakt het spel een stuk uitdagender, omdat de klant alle achievements wil halen.

De gebruiker zou erg verbaast zijn als het spel een multiplayer functie zou hebben. We maken een offline game dus de klant zou verbaast zijn als dat er wel in zit.

Productanalyse:

Wij willen ervoor zorgen dat mensen zich minder gaan vervelen in deze tijd van corona. Dit willen wij doen door een RPG-game te maken. De game is bedoeld voor iedereen boven de 12 jaar en van RPG-games houden. Er zit geen leeftijdslimiet aan het spel, omdat iedereen het spel kan spelen volgens ons.

Het doel van het spel is om de schurk te verslaan. Je speelt een ridder die aankomt in zijn dorp en iedereen op de grond ziet liggen. Je gaat als ridder uitzoeken wat er precies gebeurt is en komt erachter dat het de zielen zijn van de mensen en dat de schurk de zielen gebruikt om sterker te worden. Je moet de schurk zo snel mogelijk verslaan voordat hij nog meer onschuldige mensen dood, hun zielen afpakt en nog sterker word.

Het spel neemt dus redelijk wat tijd in beslag, waardoor je je minder hoeft te vervelen in deze lastige tijd. Ook als de corona dadelijk voorbij is blijft het nog steeds leuk om de game te spelen.

Requirements

Technisch

Must: Het is belangrijk dat het poppetje beweegt als je de juiste toetsenbordcombinatie indrukt, anders kan je het spel niet spelen.

De camera moet ook met het poppetje mee bewegen. Als dit niet het geval is weet je niet waar je naartoe loopt en is het spel niet speelbaar.

Als je met de ridder een enemy aanvalt, moet deze wel terugvechten. Anders word het spel veel te makkelijk en zit er geen uitdaging meer in.

Should: Het zou natuurlijk een stuk realistischer zijn als je niet door de voorwerpen heen kan lopen. Als je overal door heen zou kunnen lopen zou dat de game een stuk minder leuk maken.

Functioneel

Must: De game moet een goede verhaallijn hebben, zodat het ook interessant blijft om te spelen. De mensen gaan de game niet promoten als ze er zelf niks aan vinden.

Should: Het spel moet een logische besturingssysteem hebben dat mensen de game makkelijk kunnen spelen.

Won't: Het spel zal geen multiplayer functie hebben. Het spel is echt bedoeld als singleplayer game en dat zal het ook blijven

Organisatorisch:

Must: We moeten zorgen dat het spel geld oplevert, zodat we de kosten die we maken kunnen dekken.

Should: Het zou mooi zijn als we op een gratis manier reclame kunnen maken voor onze game, zodat we geen extra kosten hebben en de game ondertussen wel gepromoot word.

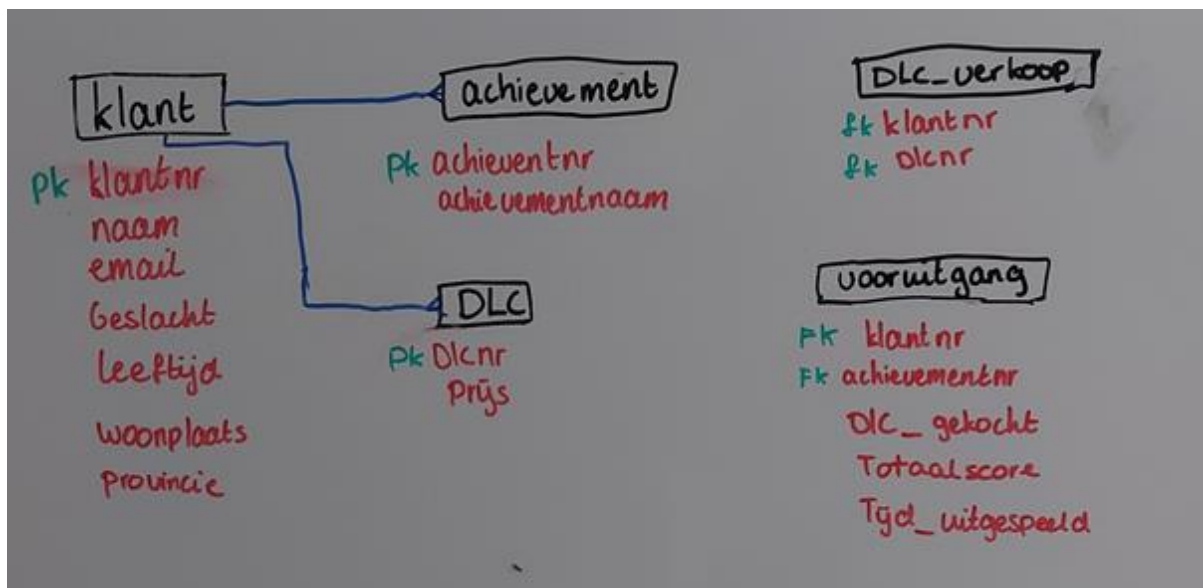
KPI's:

Ons doel is om binnen 3 maanden de game aan minimaal 100 personen te hebben verkocht.

Wij streven naar 80% klanttevredenheid binnen 6 maanden. Wij willen dit binnen 6 maanden doen, omdat het in het begin misschien nog wat stroef zal verlopen.

Uiteindelijk willen we binnen 10 jaar een game ontwikkelen, waarbij de personages etc. in 3D zijn. Hierbij blijft het wel belangrijk dat we kwalitatief en innovatief blijven.

ERD



BMC

| Business Model Canvas | | Designed for: Pixoul | Designed by: Bas Janssen | Date: 03-12-2020 | Version: 1 |
|---|--|--|---|--|---------------|
| Key Partners Steam is een erg belangrijke partner. Zij zullen ervoor zorgen dat de game word aangeboden aan de rest van de wereld. Als er geen samenwerking met hun is, word het erg lastig om gamers te bereiken | Key Activities Programmeren van de game en het up-to-date houden ervan. Key Resources Het personeel heeft een belangrijke factor in het bedrijf. Mediadesign: Kaan Gögcay Rachel Burhenne Software: Corneille Schulte Daan Hermans Business: Bas Janssen | Value Propositions De game onderscheid zich van de concurrentie door de unieke verhaallijn en de pixel art die wij gebruiken. Er zijn weinig andere games die pixel art gebruiken om hun personages en voorwerpen te maken. Ook is Pixoul goedkoper dan de meeste RPG-games. | Customer Relationships We staan in contact met de klanten via onze website. Op deze manier kunnen zij vragen aan ons stellen en ons aanbod bekijken Channels Het kanaal waar de game word aangeboden is Steam. Het platform houd de doelgroep op de hoogte van het aanbod. | Customer Segments De doelgroep zijn jongeren vanaf 12 jaar en volwassenen die van RPG-games houden. Zij willen een goed werkende game waarmee ze hun vrije tijd kunnen invullen. | |
| Cost Structure Kosten personeel Game op Steam zetten | | Revenue Streams Game die word verkocht DLC's die later kunnen worden gekocht | | | |

