

Формирование модели монетизации в мобильной игре «Космические братья».

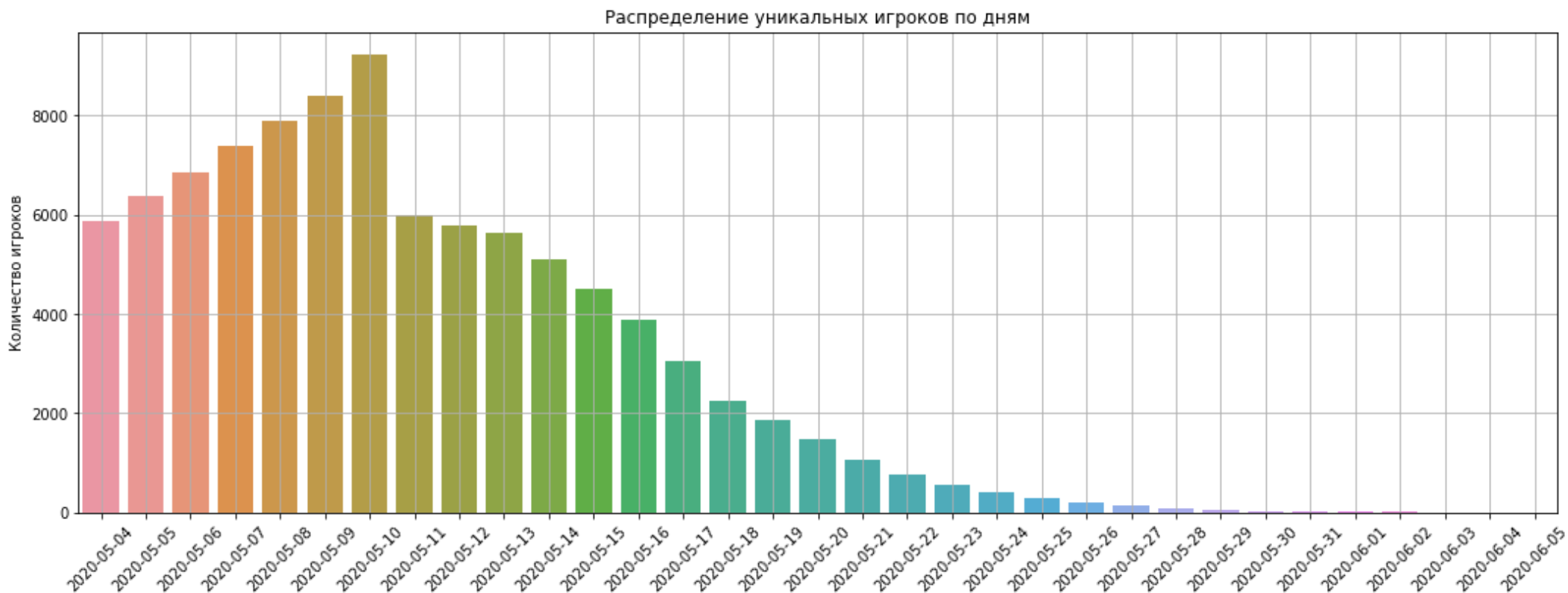
Дата исследования: 2021-03-25

Автор: СМЫКОВ С. С.
smykovss@yandex.ru

Время, затраченное на игру

Уникальных пользователей в день (среднее арифметическое) – 2'885

- не достигшие первого уровня: 9 дней
- достигшие первого уровня победой над врагом: 10 дней
- достигшие первого уровня реализовав проект: 13 дней



Статистика игроков

График распределения игроков

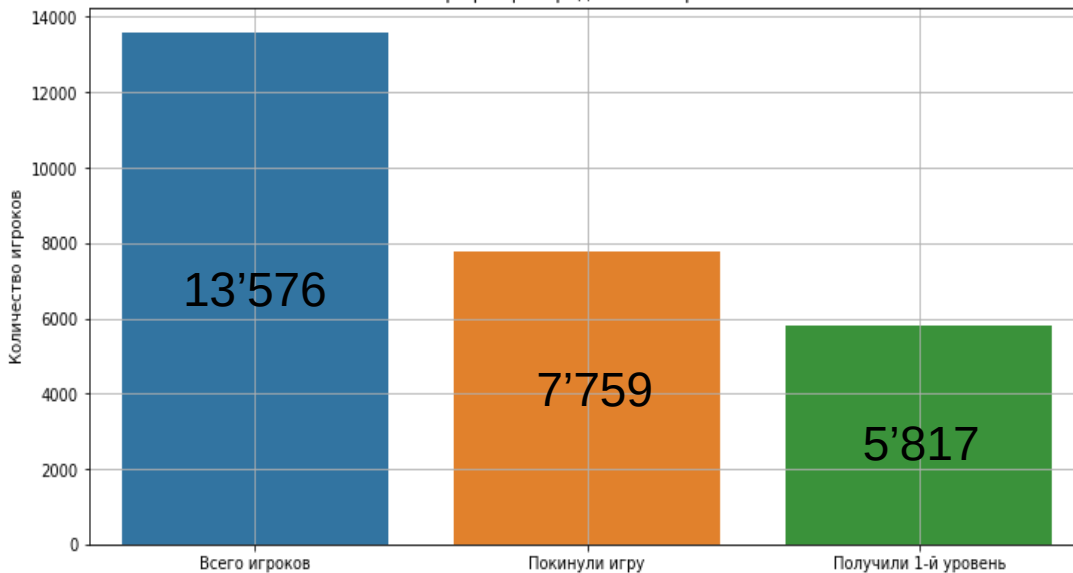


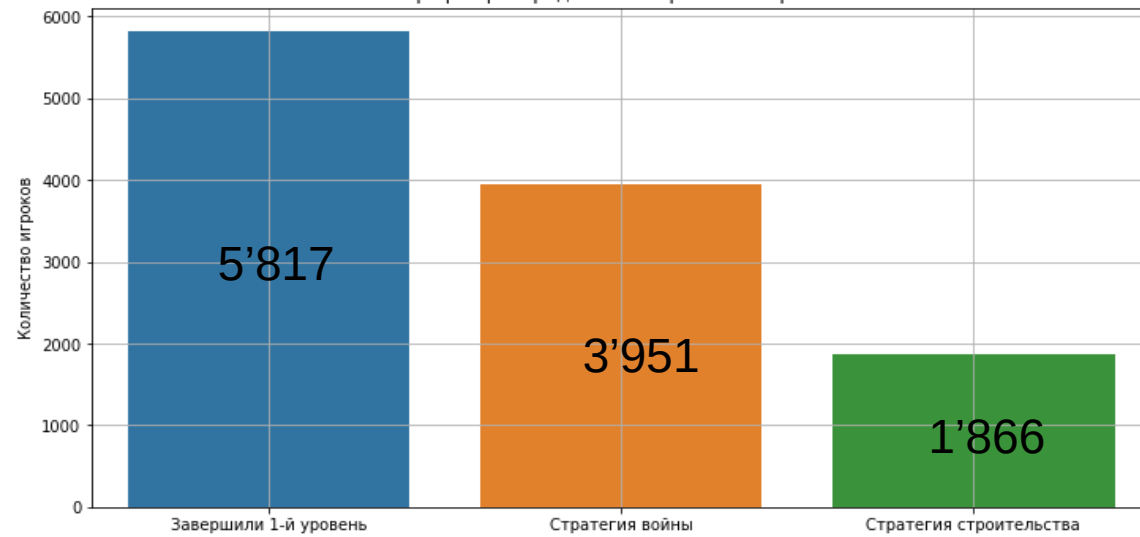
График распределения игроков:

- Большинство игроков покинули игру не получив 1-й уровень (57%);
- Только 47% игроков от общей массы получили 1-й уровень.

График распределения стратегий:

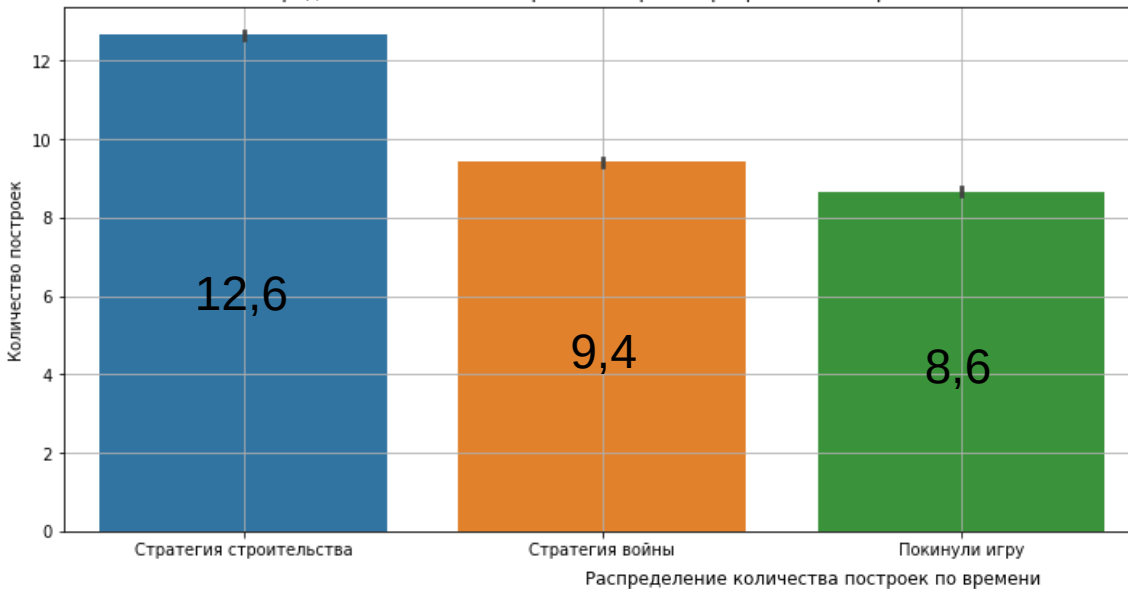
- 68% игроков сочли стратегию войны более привлекательной чем строительство ;
- 32% игроков завершили 1-й уровень “мирным” путём.

График распределения стратегий игроков



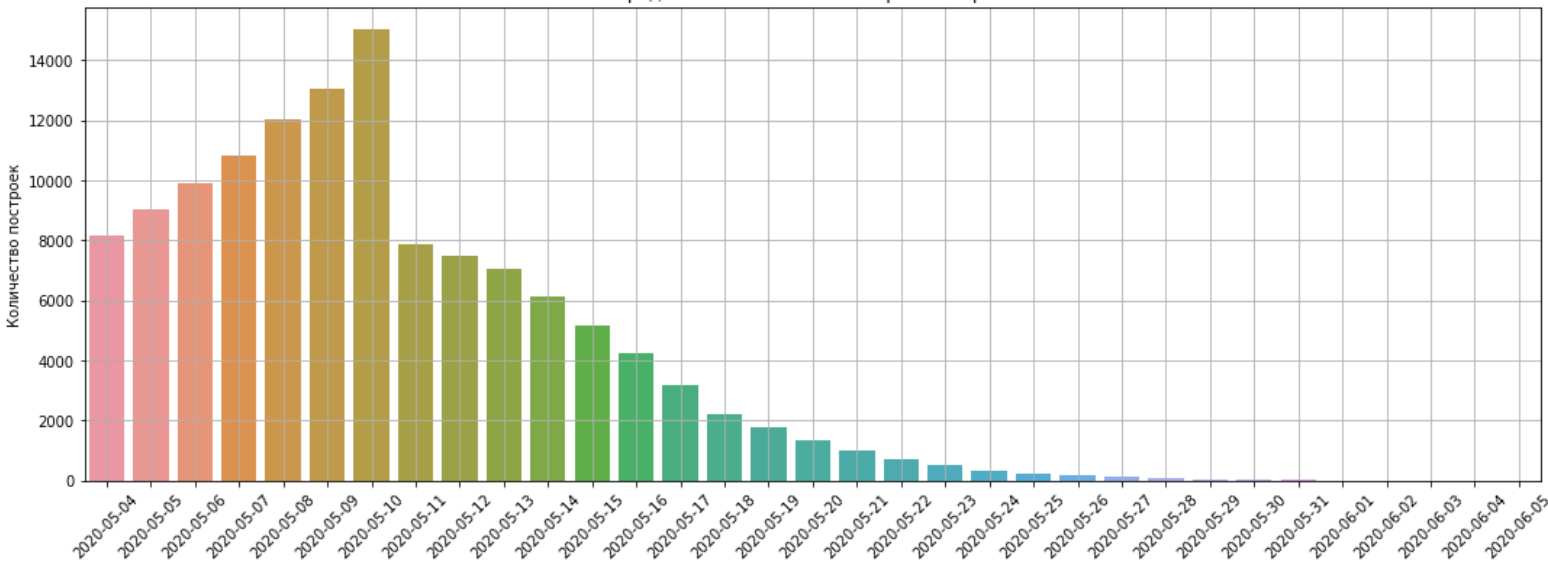
Исследование построек игроков

Среднее количество построек на игрока в разрезе типа игроков



- Всего построек - 127'956
- Не смотря на то, что самое большое количество построек (67'170) принадлежит игрокам, не достигших 1-го уровня, в среднем они строили меньше чем игроки, прошедшие уровень.

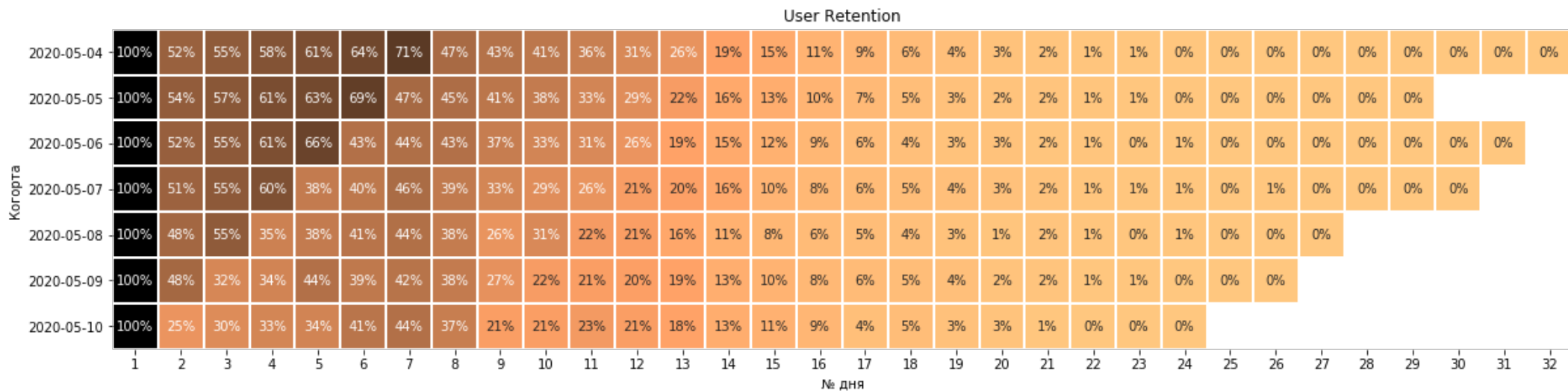
Распределение количества построек по времени



- Больше всего построек: 2020-05-09;
- На следующий день произошёл спад строительства (почти в 2 раза).

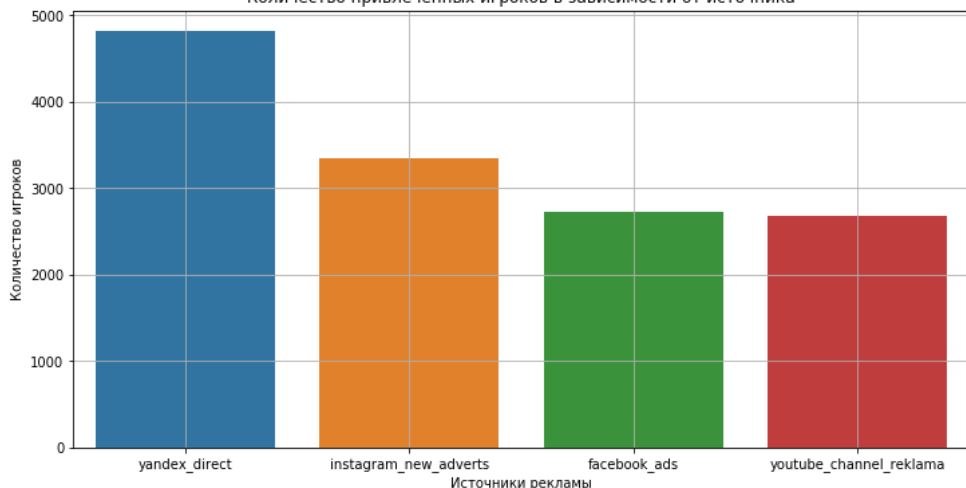
Retention rate

- В большинстве когорт на следующий день посещаемость падает до 50%
- на 5-й день часть игроков возвращается (от 34% до 66%)
- на 15-й день примерно 90% игроков покидает игру (либо завершает уровень).



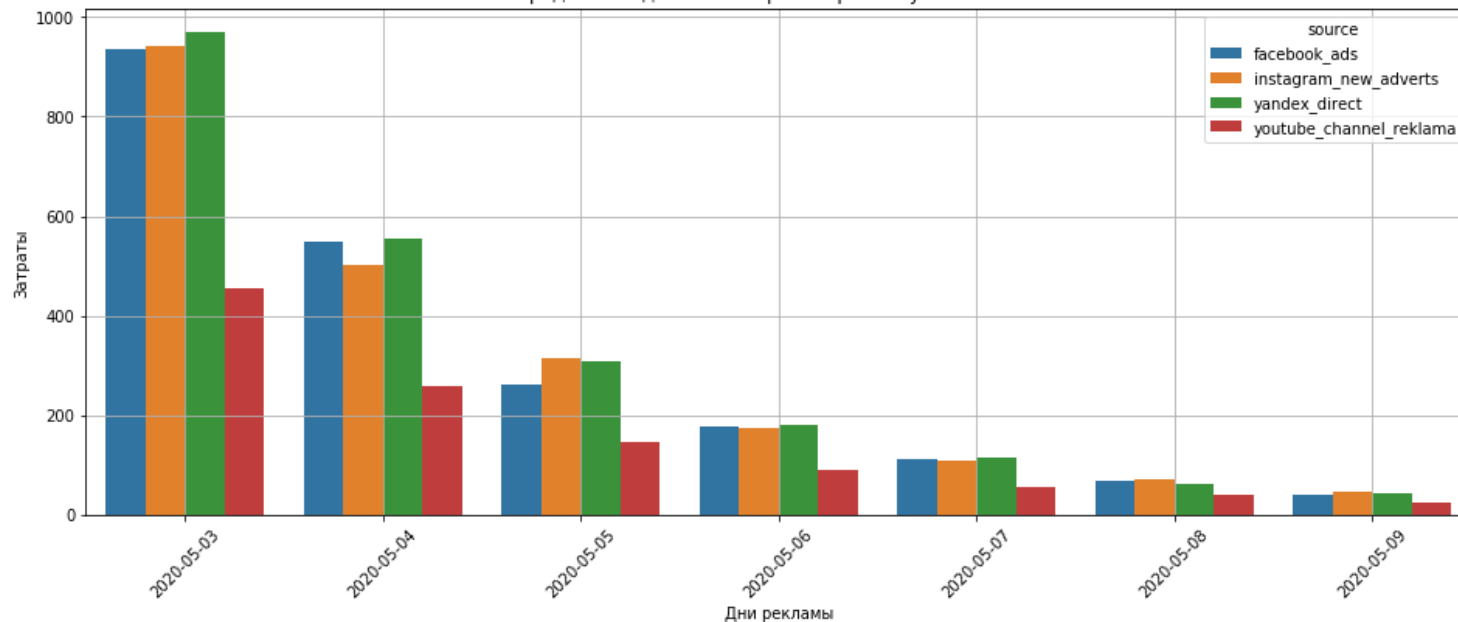
Исследование источников рекламы

Количество привлеченных игроков в зависимости от источника



- Период проведения рекламной компании - 2020-05-03 по 2020-05-09.
 - Затрачено на рекламную компанию – 7603.6
- Затраты на источники:
- yandex_direct: 2233.11
 - instagram_new_adverts: 2161.44
 - facebook_ads: 2140.90
 - youtube_channel_reklama: 1068.12

Распределение дневных затрат на рекламу по источникам



Средняя стоимость привлечения 1-го игрока:

- facebook_ads: 0.79
- instagram_new_adverts: 0.65
- yandex_direct: 0.46
- youtube_channel_reklama: 0.40

Наиболее оптимальным источником по привлечению игроков является Yandex.Direct.

Проверка гипотез

В процессе исследования было выдвинуто две гипотезы:

- 1) Существует разница во времени прохождении 1-го уровня в зависимости от выбранной игроком стратегии;
- 2) В зависимости от выбранной стратегии игроки строят разное количество построек.

Гипотеза подтвердилась:

- Время прохождения 1-го уровня между игроками с разными стратегиями различается.

(Среднее время прохождения 1-го уровня: строителями – 13, воинами - 11)

Гипотеза подтвердилась:

- Количество построек между игроками с разными стратегиями различается.

(Среднее количество построек при выборе стратегии строительства – 12.65, стратегии войны - 9.41)

ИТОГИ

Модель монетизации можно построить на основе показы рекламы игроку, разберем 2 варианта - единоразовый показ рекламы (при запуске игры) и регулярный (реклама показывается каждый раз когда игрок находится на этапе выбора постройки, из расчета что среднее количество построек на 1-го игрока - 9,4):

В первом варианте, для выхода на самоокупаемость, стоимость рекламы должна быть следующая:

- не менее чем 0.79 за показ если источник игрока - facebook_ads;
- не менее чем 0.65 за показ если источник игрока - instagram_new_adverts;
- не менее чем 0.46 за показ если источник игрока - yandex_direct;
- не менее чем 0.40 за показ если источник игрока - youtube_channel_reklama.

Во втором варианте (исходя из расчета, что в среднем игрок строит 9,4 постройки) получаем следующие данные:

- не менее чем 0.084 за показ если источник игрока - facebook_ads;
- не менее чем 0.069 за показ если источник игрока - instagram_new_adverts;
- не менее чем 0.049 за показ если источник игрока - yandex_direct;
- не менее чем 0.043 за показ если источник игрока - youtube_channel_reklama.

На мой взгляд **2-ой вариант предпочтительнее**, т.к. показ рекламы сразу после запуска игры (пусть и одноразовый) может вызвать у игрока негативные эмоции, в то время как небольшая\непродолжительная реклама на этапе строительства будет вызывать меньше негативных эмоций (из соображений что чем более дорогая реклама - тем наиболее вероятно что она блокирует весь экран\её нельзя пропустить\открывается отдельное окно со ссылкой и\или роликом, в то время как более дешёвая реклама может занимать небольшую область с краю экрана).

Всем спасибо!