

BUSINESS CASE



Ahmet PEKDEMİR



Football Manager, Sports Interactive tarafından geliştirilen, SEGA tarafından yayınlanan bir futbol menajerliği simülasyon oyunudur.

Football Manager, gelişen oyun dünyasında spor ve simülasyon kategorisinde geniş kitlelere hitap etmektedir. Fifa ve Pro Evolution Soccer'ın ardından 3.en çok oynanan futbol oyunu olarak pazarda yerini almaktadır.

Oyunun önceki serilerinde bulunan eksikler giderilerek ve yeni eklemeler ile bu seride de pazarda ön planda olmayı amaçlanmaktadır.

Ürün Bilgilendirmesi

Geliştirici Firma	Sports Interactive
Yayınçı Firma	SEGA
Ürün Adı	Football Manager 2023
Hedef Pazar	Dijital Oyun Pazarı
Ürünün Pazardaki Etiketleri	Simülasyon, Futbol,Spor,E-Spor

PAZARIN DURUMU NEDİR?

- Dijital oyun sektöründe halihazırda hem spor hemde simülasyon kategorisinde kısıtlı sayıda rekabet edecek ürün bulunduğuundan ve ürünün belli bir kitlesi olduğundan kendi kitlemizi koruyarak, kitlemize yeni insanlar dahil etmemiz gerekmektedir.
- FM 23, Pazarda büyük çoğunluğu sadık kullanıcılarından oluşmaktadır.
- Kullanıcılarımızın talep ve şikayetlerine göre şekillenmiş bir oyun yapımızın olmasından dolayı bu ürün devamlılığını sağlayacağımız öngörülüyor. (**Feedback analizi** ve **data analizi** sonucu elde ettiğimiz verilere dayanarak)

PAZARDAKİ FIRSAT ?



01

02

03

Verilerine göre 2021 yılında oyun oynayanların sayısı 3.24 milyarı geçti. Bilgisayar sahiplerinin yüzde 48'inin cihazı video oyunları oynamak için kullandığı belirtiliyor.

2004'ten bu yana aynı serinin devamını getirdiğimiz bu oyunun artan kullanıcı kitlesini bulunması

Pazarda hem simülasyon hem de spor kategorisinde ürün bulunmamaktadır.

Ürünün Pazarlama Hedefleri

Pazarda daha çok kullanıcıya hitap etmek

Sadık müşterilerimize ödüllendirme politikası uygulamak

Pazar lideri ürün stratejisine büyük maliyet ayırmak

Ürünün İşletmeye Faydaları

Pazarda doğrudan rakip bulunmamaktadır.

Ürün şirketimize finansal açıdan gelir getirecektir.

TEMEL RİSKLER

01

Ürün kullanıcılar tarafından talep görmezse marka ve finansal olarak zarar görülebilir.

Olasılık

Düşük

02

Bir önceki oyunumuzun ürün yaşam eğrisinde büyümeye ve olgunluk dönemi seyir belirtisi göstermektedir. Doğru zamanda çıkış tarihi belirlenmelidir.

Olasılık

Düşük

03

Ürün çıkış tarihi yayında piyasaya sürülmüş olmalıdır. Aksi takdirde kullanıcılarımızın beklenilerini karşılayamayız.

Olasılık

Düşük

04

Global piyasada artan maliyetler sonucu ürün fiyatlandırmasının bazı ülkelerde yüksek karşılaşabileceği

Olasılık

Orta

FiNANSAL TABLO



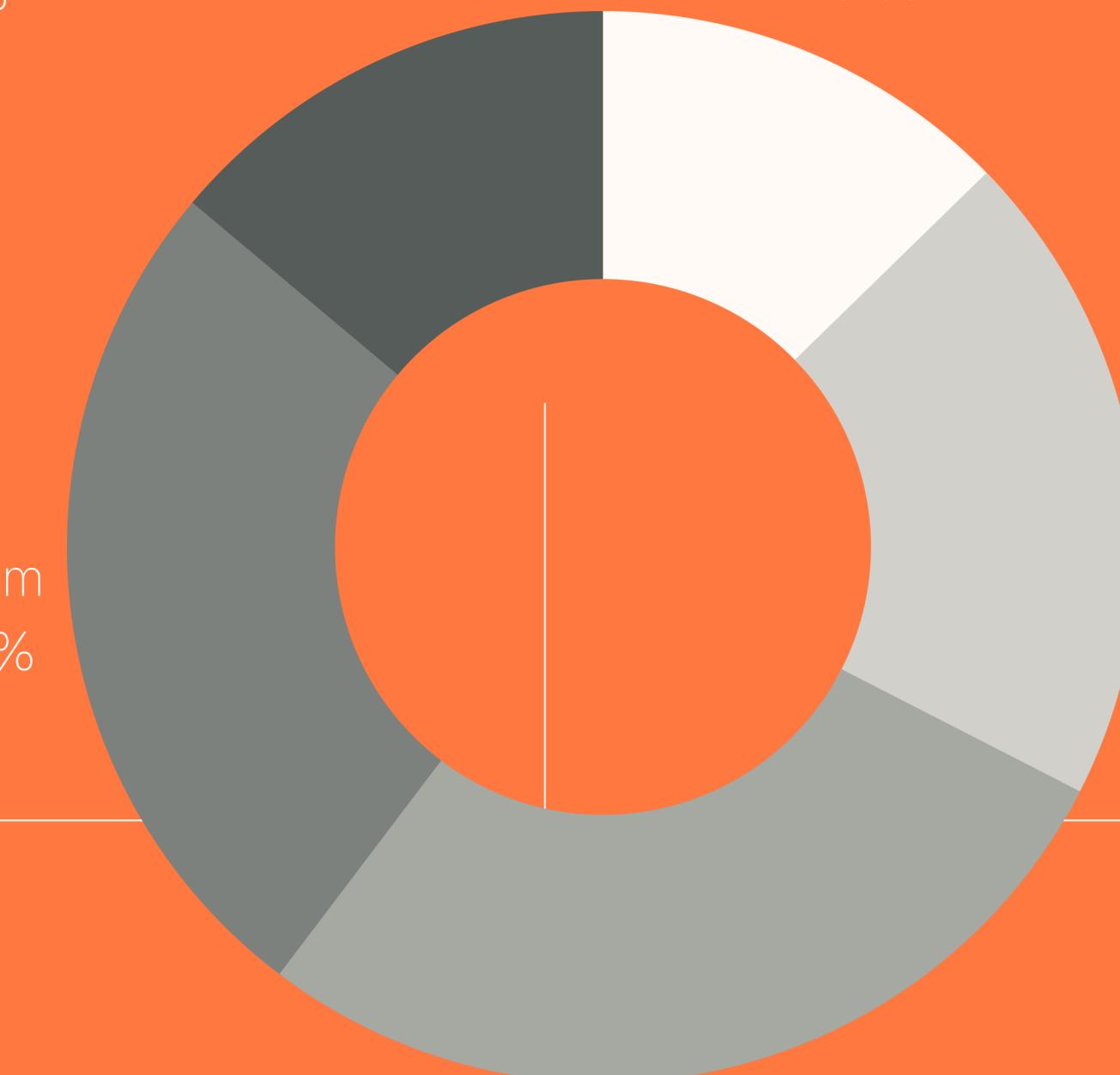
Geleceğe Dönük Yatırımlar Ar-Ge
13.9%

Reklam
25.8%

Teknolojik Giderler
27.8%

Personel
12.7%

İşletme Giderleri
19.8%



Ürünümüz önceki sürümler baz alındığında aynı oranda getiri sağlasa bile %200'lük bir kazanç elde etmemize olanak sağlamaktadır.

ÇIKIŞ STRATEJİSİ

01

Yapılan hesaplamalar sonucunda ürünümüzün 2 ay içerisinde kendisini karşılayıp kara geçileceği öngörülmektedir.

02

Yatırım beklenen sonucu elde edemediği taktirde daha önceden risklerde bahsettiğimiz fiyatlandırma politikamızı ülke bazlı olarak değiştirerek daha çok kullanıcıya ulaşmaya çalışılacaktır.

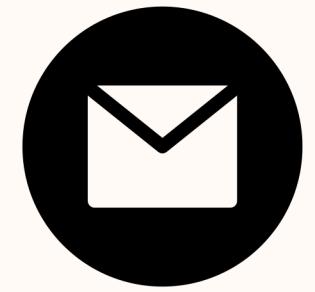
03

Ar-ge çalışmalarına yapmış olduğumuz yatırımların sonuçları, pozisyon alınana kadar ürünün piyasada inaktif olarak durumu beklenecektir. Bu süreçte yeniliklerden vazgeçip önceki sürümden devam edilecektir.

AHMET PEKDEMİR



ahmetpekdemir



ahmetpekdemir97@hotmail.com



pkdmrahmet