



# Business Case

Mehmet Akif SELBİ

# Giriş

- Küresel ticaretin yeni ve güçlü bir bileşeni olan dijital oyun sektörü, dünya ticaretinde önemli bir yer edinmiş ve gün geçtikçe güçlenen ve büyüyen bir sektör haline gelmiştir. Özellikle Covid-19 salgını nedeniyle milyonlarca insan evde daha fazla zaman geçirmek zorunda kalınca, oyunlara olan taleplerde rekor artışlar da görülmüştür.

# Pazardaki Problem



- Video oyunlarını oynayan kullanıcısı sayısı artsa da aslında bu kullanıcıların büyük çoğunluğu ücretsiz içeriği tüketen mobil kullanıcı kesimidir. Video oyunlara para harcayan kullanıcı kesimi para verdiği oyunun kaliteli ve uzun soluklu bir içeriği sahip olmasını istemektedir. Aksi taktirde ürünü satın almamaktadır.

# Pazardaki Fırsat



- Küresel Oyun Pazarı Raporu'na göre 2022 yıl sonuna kadar toplam oyuncu sayısının 3,2 milyara yaklaşacağı tahmin ediliyor.
- Kaliteli içeriğe sahip AAA dediğimiz büyük çaplı oyunların kâr marjı %100-%500 arası değişmektedir.

# Ürün Açıklaması



- İçerisinde rol yapma, açık dünya, yan içerikle desteklenmiş görevler, zengin hikaye, keşif ve aksiyon barındıran kullanıcıların uzun soluklu oynayacağı Mike Pondsmith'in Cyberpunk kitabından uyarlanmış AAA bir video oyunu.
- Önceki oyunlarımız sayesinde kaliteli ve zengin içerikler sunduğumuz için bu yapıda bir oyun kullanıcıları memnun edecektir.

# Hedeflenen Pazar



- **Toplam Mevcut Pazar: %100**
  - Ücretli veya ücretsiz video oyunu oynayan herkes
- **Erişilebilir Mevcut Pazar: %47**
  - Video oyunu satın alabilecek ve oynayabilecek bir platforma sahip olan tüm kullanıcılar
  - Ücretli içerik tüketmede çekimser olanlar
  - Tüm video oyun türlerinin her kesiminden insan
- **İlk Hedef Pazar: %10**
  - Hali hazırda video oyunlarını satın alıp oynayan tüm kullanıcılar.
  - Açık dünya ve rol yapma elementlerine sahip video oyunları oynayan tüm kullanıcılar

# Rekabet



- Potansiyel rakiplerimiz Activision, Electronic Arts, Sony, Ubisoft, Rockstar Games, FromSoftware gibi AAA oyun geliştiren firmalardır
- Yukarıdaki oyun firmalarının piyasaya sürdüğü oyunlar yüksek satın alma oranına sahip olduğu için yapılacak oyunun çıkış zamanı bu firmaların çıkartacağı oyunların zamanına göre ayarlanmalıdır

# Ürünün İşletmeye Faydaları

- Ürün satışlardan gelecek kârın dışında firma değerimizi arttıracak ve yatırımcıların ilgisini çekecektir
- Ürün firmanın ilk defa fps(birinci şahıs nişancı) yapacağı oyun olacağı için personele tecrübe kazandıracak ve sonraki projelerde personelin projeye daha hızlı adapte olmasını sağlayacaktır



# Pazarlama Hedefleri



- Yapılacak reklam çalışmaları ile kullanıcıların ilgisini düşürmemeye çalışmalıyız.
- Keanu Reeves gibi ünlü bir oyuncuya oyunumuzda yer vermek kullanıcıların oyuna olan ilgisini artıracaktır
- Geforce Now gibi bulut tabanlı oyun oynatma platformuna vereceğimiz destek sayesinde kullanıcıların takdirini alacağız. Bu sayede gerekli oyun oynatma platformu olmayan kullanıcılara da ulaşacağız
- Lokal fiyatlandırma sayesinde her kesimden insanın bu oyuna ulaşmasını sağlayacağız

# Stratejilerle Uyumlar



- Firmanın gelirini arttırma ve bilinir firma olma hedefi bu ürünün başarılı satışı durumunda kullanıcıların firmanın diğer projelerini beklemesini ve yatırımcıları çekmesini sağlayacaktır.

# Temel Riskler



- Ürün kullanıcılar tarafından sevilmezse satın alınmayabilir ve firmaya finansal ve markasal şekilde zarar verebilir.
- Uzun geliştirme süreleri sebebiyle teknolojiden geri kalınabilir.
- Yanlış zamanda yapılabilecek çıkış tarihi oyun satışını engelleyebilir.
- Ürün zamanında yetişmez ise kullanıcıların ürüne karşı beklentileri düşebilir.
- Yatırımcıların markasal değeri düşürmemek için ürünü erken çıkartmaya çalışabilir buda tam bitmemiş ürünün erken çıkışı yüzünden bir çok sıkıntıya sebep olabilir.

# Finansal Model



	Yıl1	Yıl2	Yıl3	Toplam
OPEX(Milyon \$)	70	80	85	235
CAPEX(Milyon \$)	65	0	0	65
Toplam Gider(Milyon \$)	135	80	85	300

## CAPEX:

- Cyberpunk hakları, Donanım bileşenleri, Yazılım test programları vb. firmanın uzun vadede kullanılmak üzere yaptığı büyük satın alımlar

## OPEX:

- Personel Maaşları, Elektrik Gideri, İdari Giderler, Üretim Giderleri vb. firmanın işini yürütmek için her gün harcadığı olağan ve gerekli giderler

# Çıkış Stratejisi



- Beklenen satış miktarına ulaşamazsak ürünün içeriğini yenileyerek ve sürekli güncel tutarak hedeflenen satış miktarına ulaşması sağlanabilir.
- Çeşitli yayıncılar ile yapılacak anlaşmalar sayesinde ürüne daha fazla kullanıcı çekilebilir.
- Ürün tüm çabalara rağmen bekleneni veremezse ürünün son haliyle bırakılabilir ve üstünde değişiklik yapılmaz

# Persona



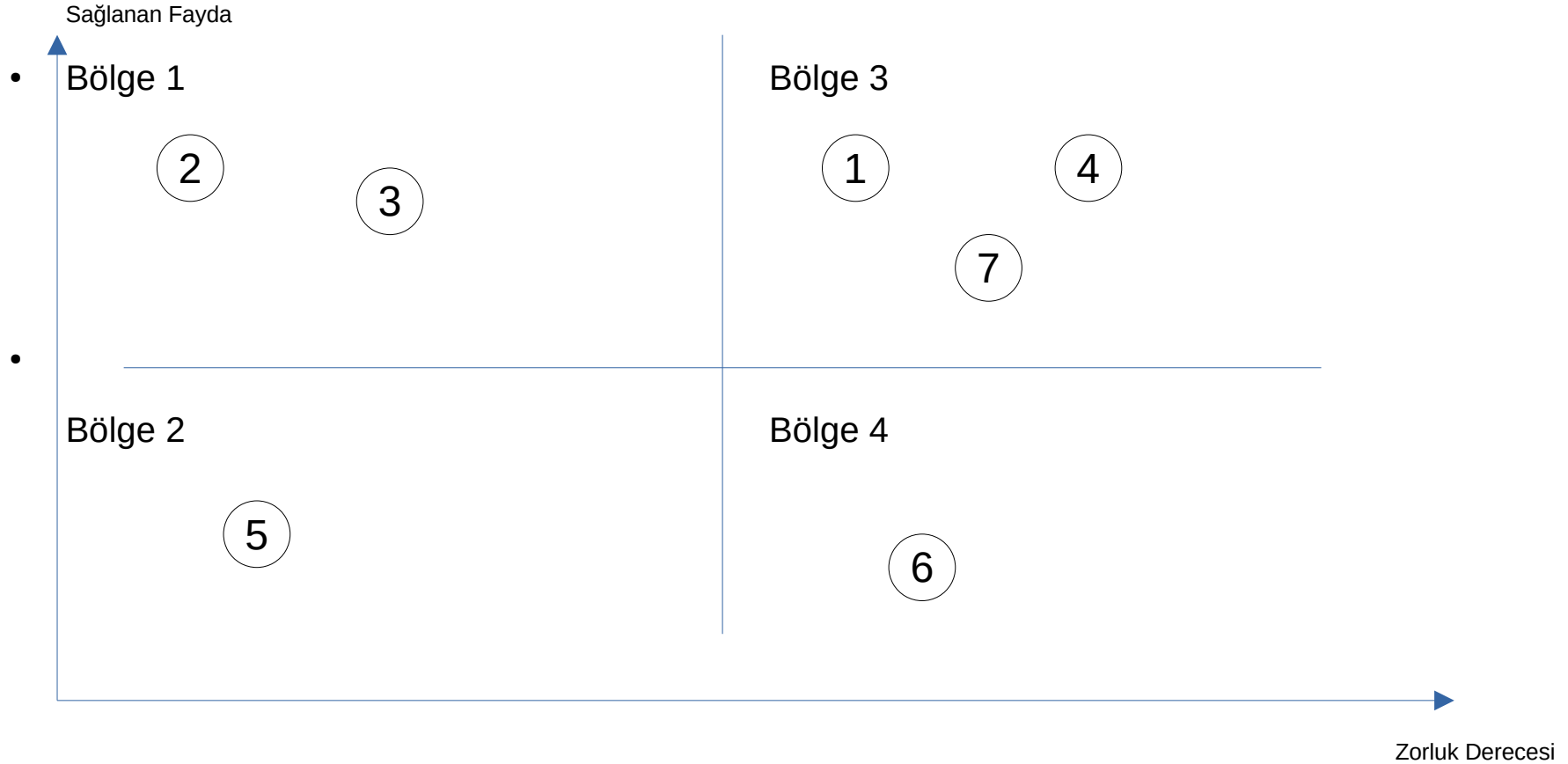
- Kullanıcı
  - Özgün ve kaliteli
  - Uzun soluklu
  - Görselliğe ve oynanışa önem veren
  - Aksiyon, açık dünya, rol yapma gibi türleri seven
  - İçerik ilgisini çektiyse satın alan bir tiptir

# Fonksiyon Listesi



- 1- Vuruş, hasar mekaniği
- 2- Karakter ve Çevre Animasyonları
- 3- Karakter ve Çevre Modelleri
- 4- Sürüş mekanikleri
- 5- Ana ekran tasarımları
- 6- Dlls, Rtx gibi yeni teknolojilerin entegrasyonu
- 7- Yeni oyun motoru

# Fayda Zorluk Matrisi





# Ürün Yol Haritası



Ürün Yol Haritası	
Ürün Yeri	CD PROJEKT RED
Ürün Adı	Cyberpunk 2077
Hedef Pazar	Dijital oyun sektörü
Pazar Stratejisi	Çeşitli reklamlar ile pazarda öne çıkmak
Ürün Stratejisi	Ürünün yeterince kullanıcıya satılması
Üründe Kullanılan Teknolojiler	Oyun motoru, Dlss, Rtx, Hareket yakalama (Motion capture)
Geliştirmeler ve Ek Özellikler	Oyun sonrası çıkacak dlc

# Fizibilite



- Maliyetin beklenenden fazla olması ama ürünün tahmini 20 milyon kopya satması tahmin edildiğinde %200 lük bir kâr beklenmesi
- Kullanıcıların isteklerine göre şekillenmiş bir oyun olması ve firmamızın daha önce bu tarzda AAA bir oyun yapması
- Personelin fps(Birinci şahıs nişancı) türünde ilk kez oyun yapması ama açık dünya, rol yapma gibi türlerde var olan deneyimi

Bu projeyi yapılabilir kılıyor

