

Модель монетизации игры "Космические братья"

Формирование модели монетизации, обеспечивающей окупаемость маркетинговой компании

Автор: Шестаков Михаил Сергеевич
bond1982shestackov@yandex.ru

Общие выводы по исследованию

- Определены 2 схемы показа рекламы, позволяющие окупить маркетинговую компанию и не перегружающие пользователя рекламой:
 - показ рекламы при втором открытии меню строительства зданий.
 - показ рекламы после строительства каждого здания типа "сборочный цех" и "космопорт".
- Затраты на привлечение пользователей из Facebook не окупается.

Ссылка на дашборд:

https://public.tableau.com/app/profile/.13981647/viz/space_brothers_16657728983970/Dashboard1?publish=yes

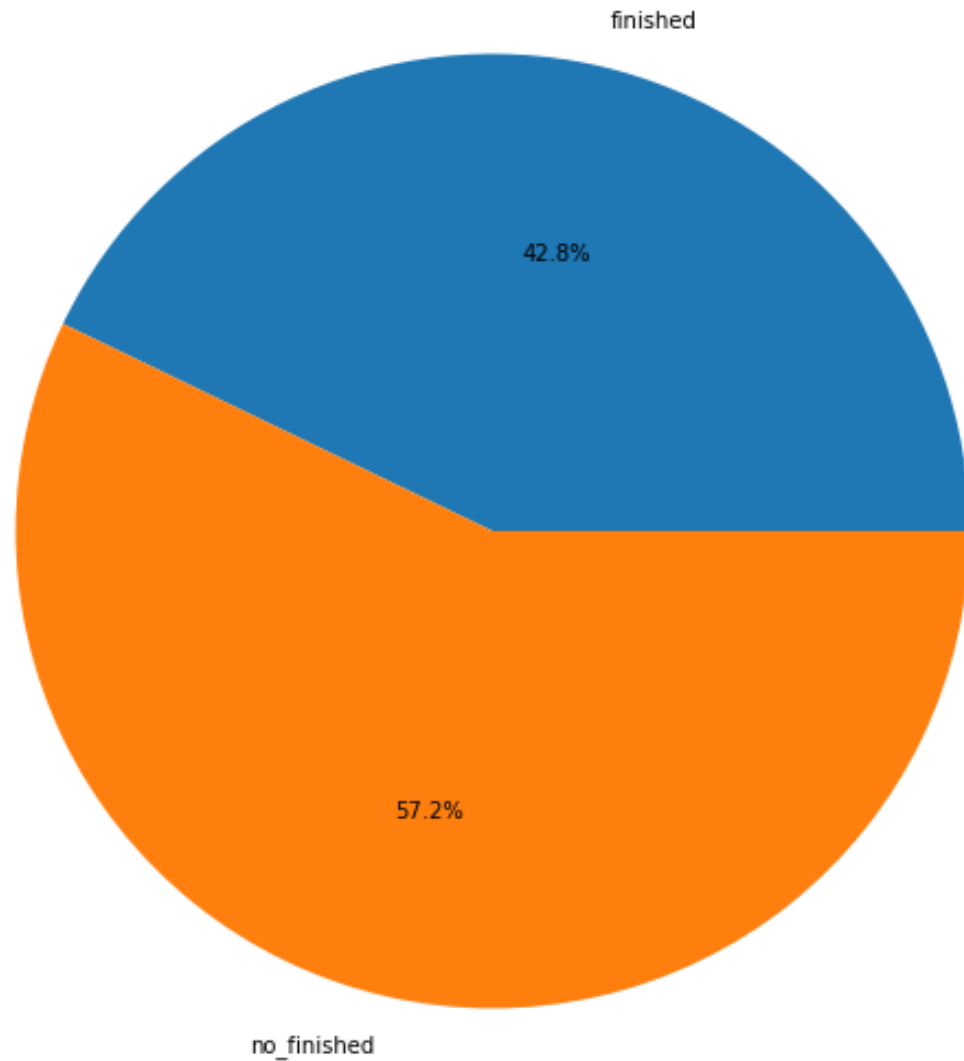
Рекомендации

- Сократить или прекратить привлечение пользователей из Facebook.
- Демонстрировать рекламу только при строительстве зданий типа "сборочный цех" и "космопорт".

Победа – удел меньшинства

Из всех зарегистрированных пользователей:

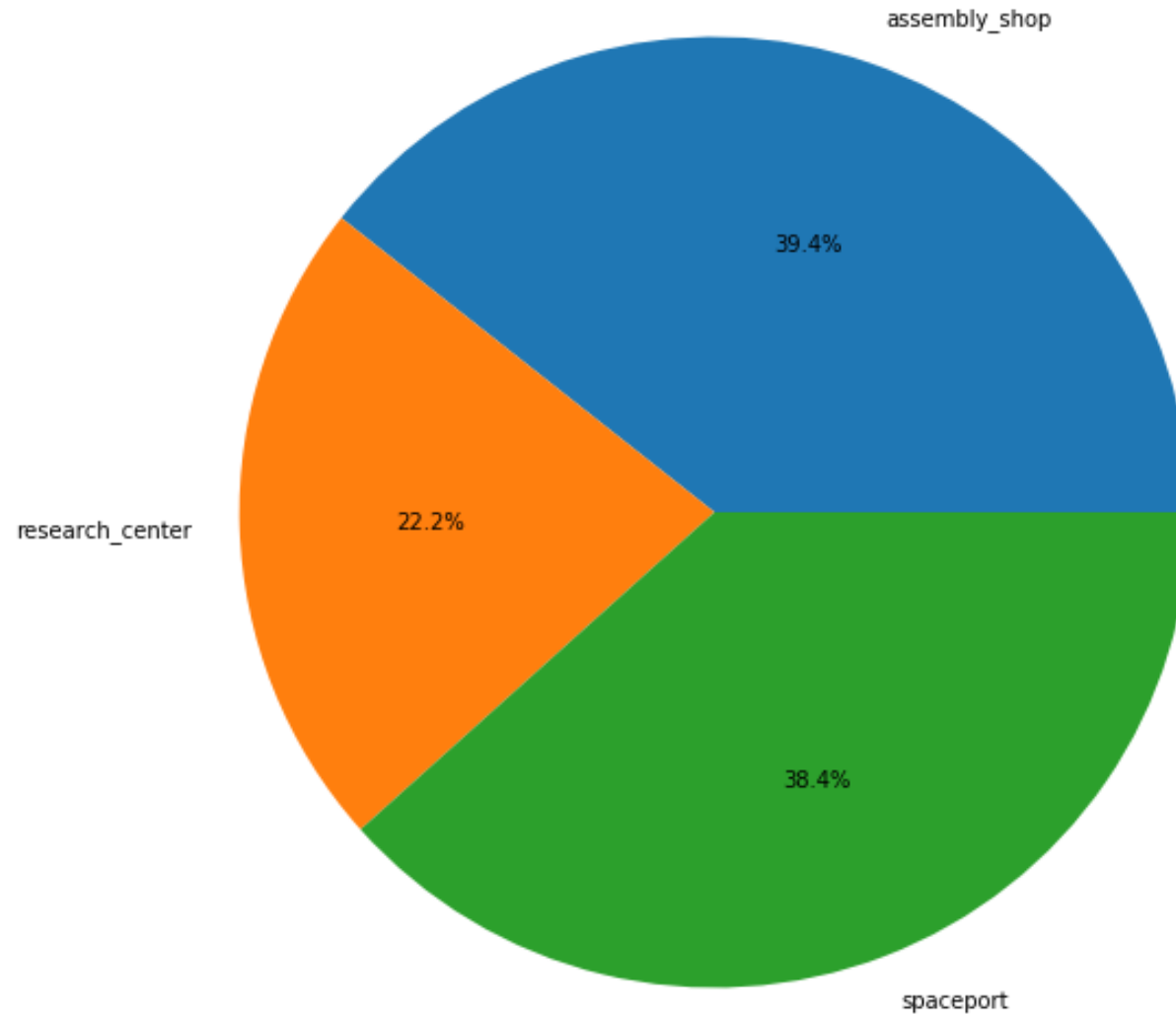
- Завершили первый этап – 42.8%;
- Не завершили первый этап – 57.2%.

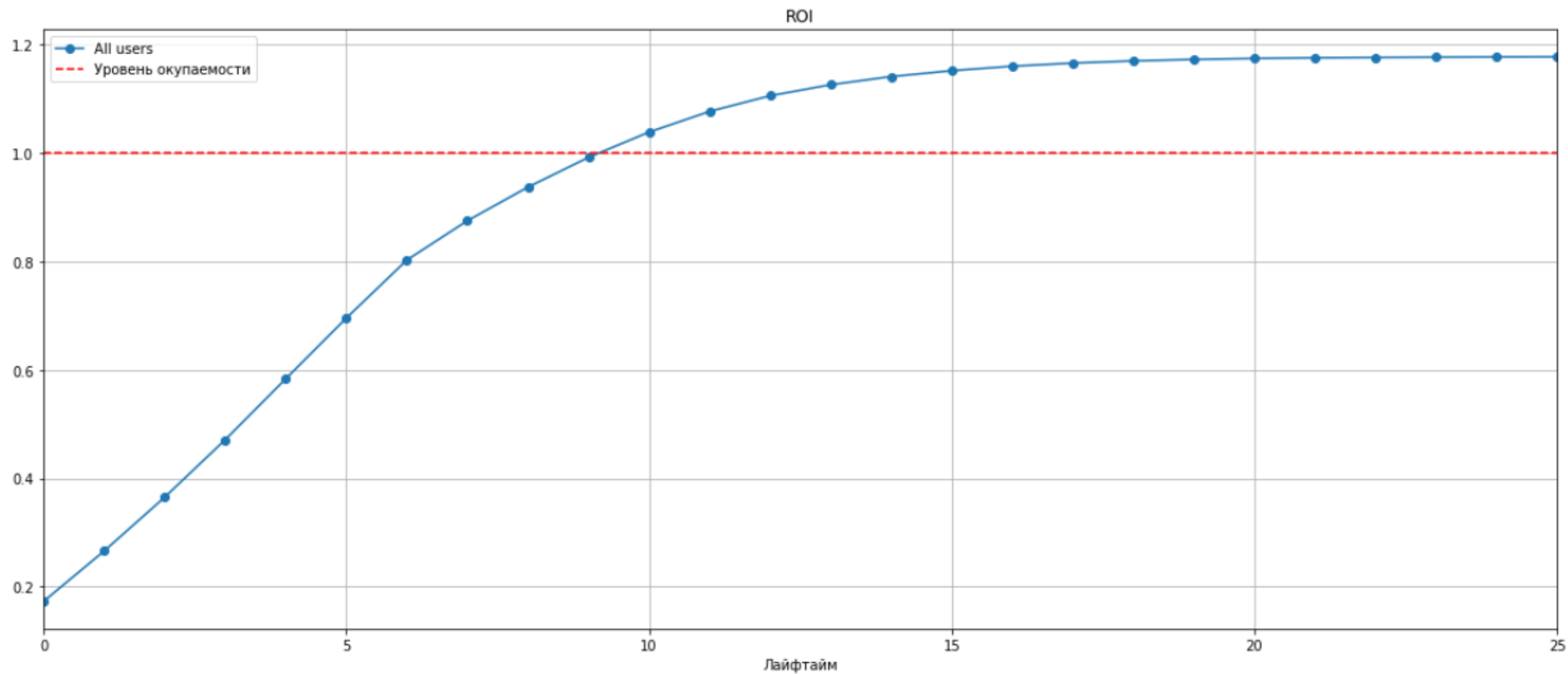


«Исследовательский центр» - редкость

Построено зданий типа:

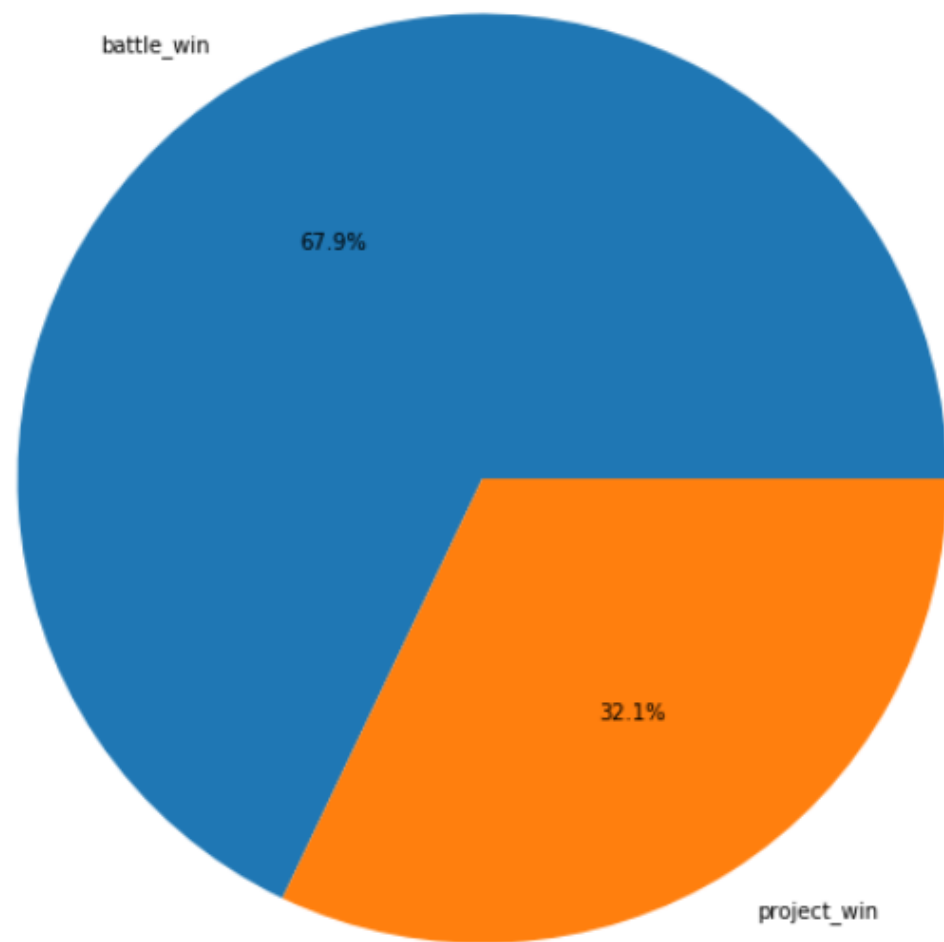
- "сборочный цех" - 39.4% (13576);
- "космопорт" - 38.4% (13231);
- "исследовательский центр" - 22.2% (7671).





Окупаемость – 10 дней

При задействовании всех источников трафика и показе рекламы на каждом открытии меню строительства маркетинговая компания окупается на 10 день.



Первый этап чаще завершается победой над соперником

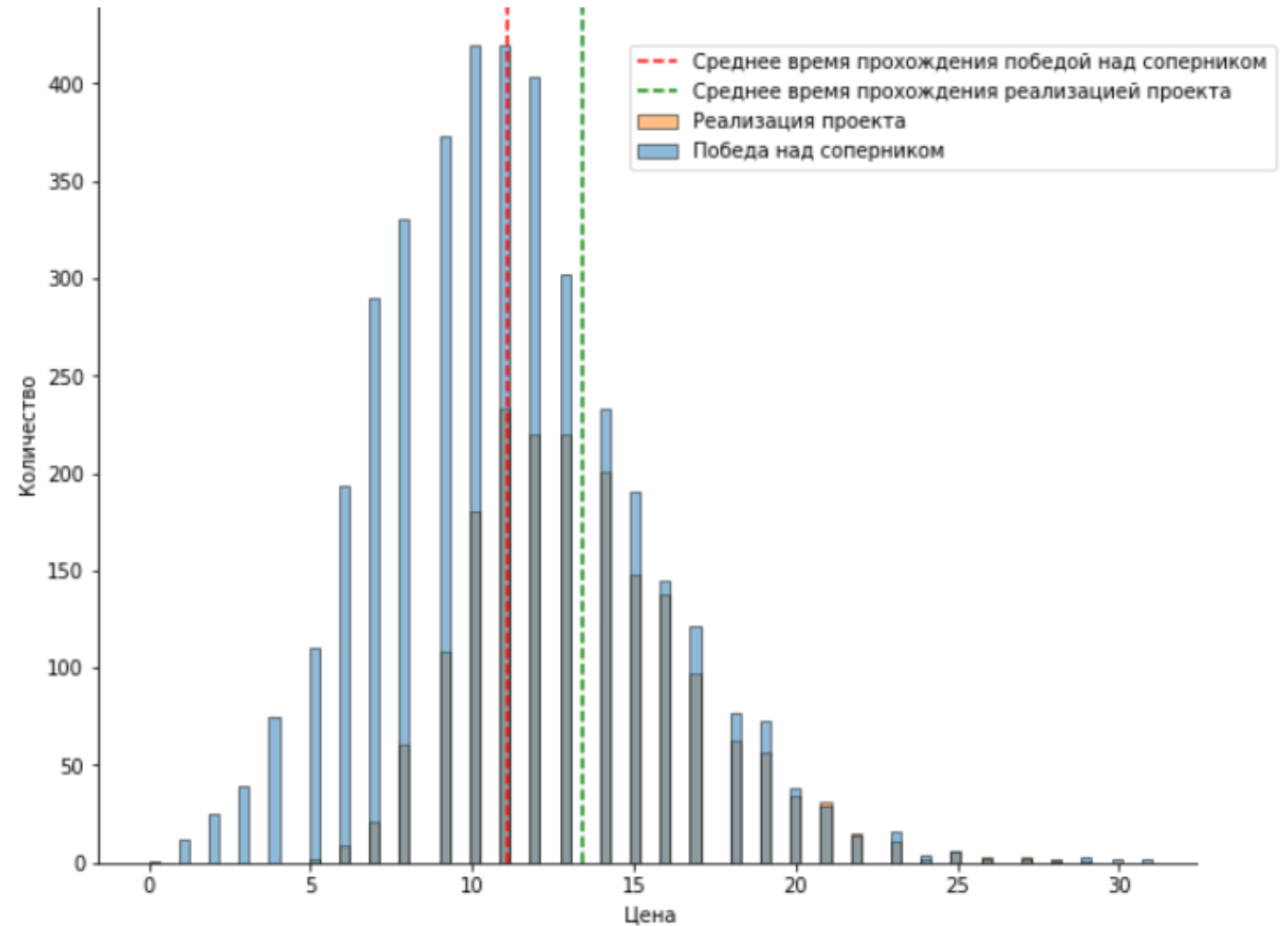
Первый этап завершен:

- победой над соперником - 67.9% (3951);
- реализацией проекта - 32.1% (1866).

Война – короткий путь к победе

Среднее время на прохождение первого этапа посредством:

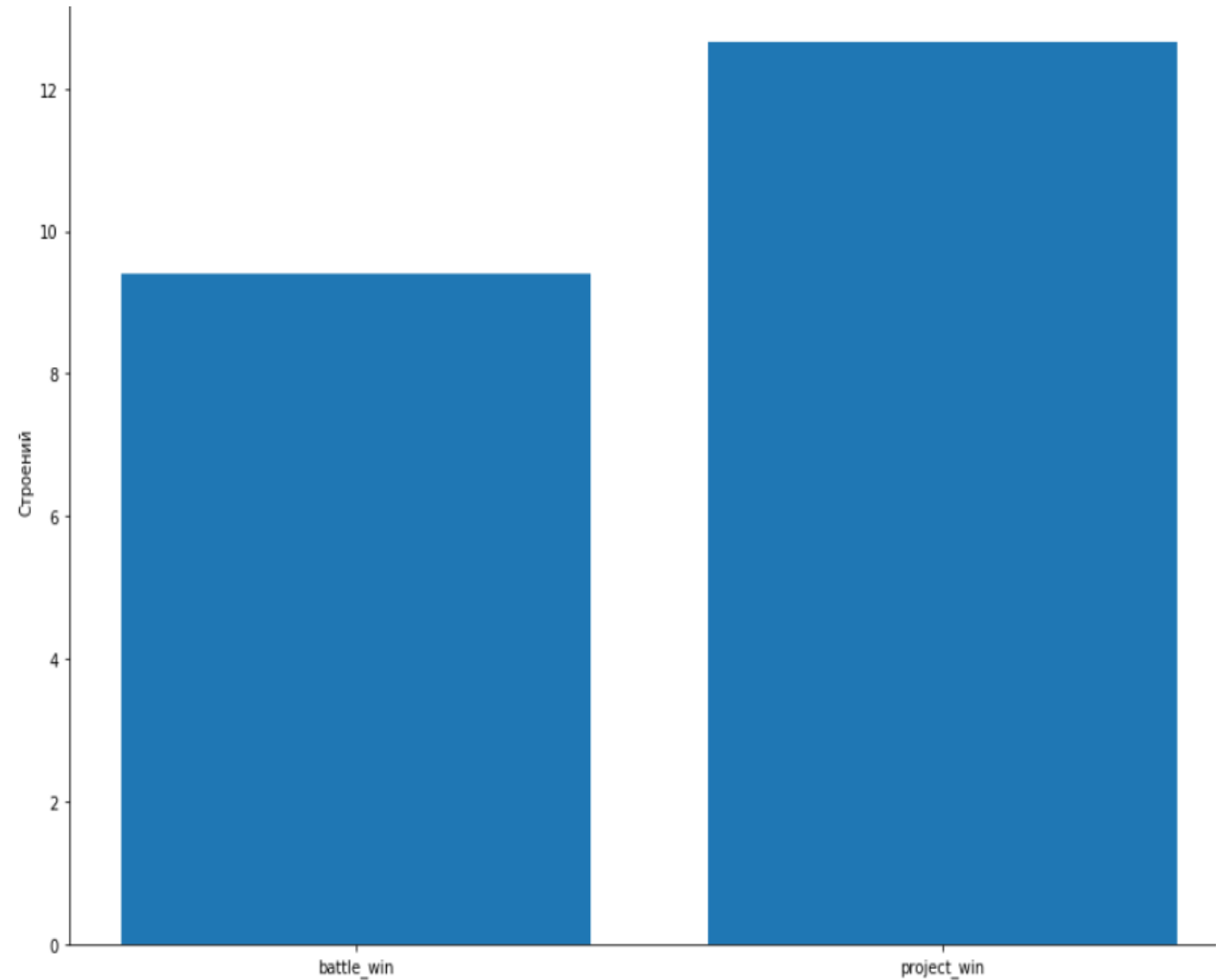
- победы над соперником - 11.0 дней;
- реализации проекта - 13.4 дня.

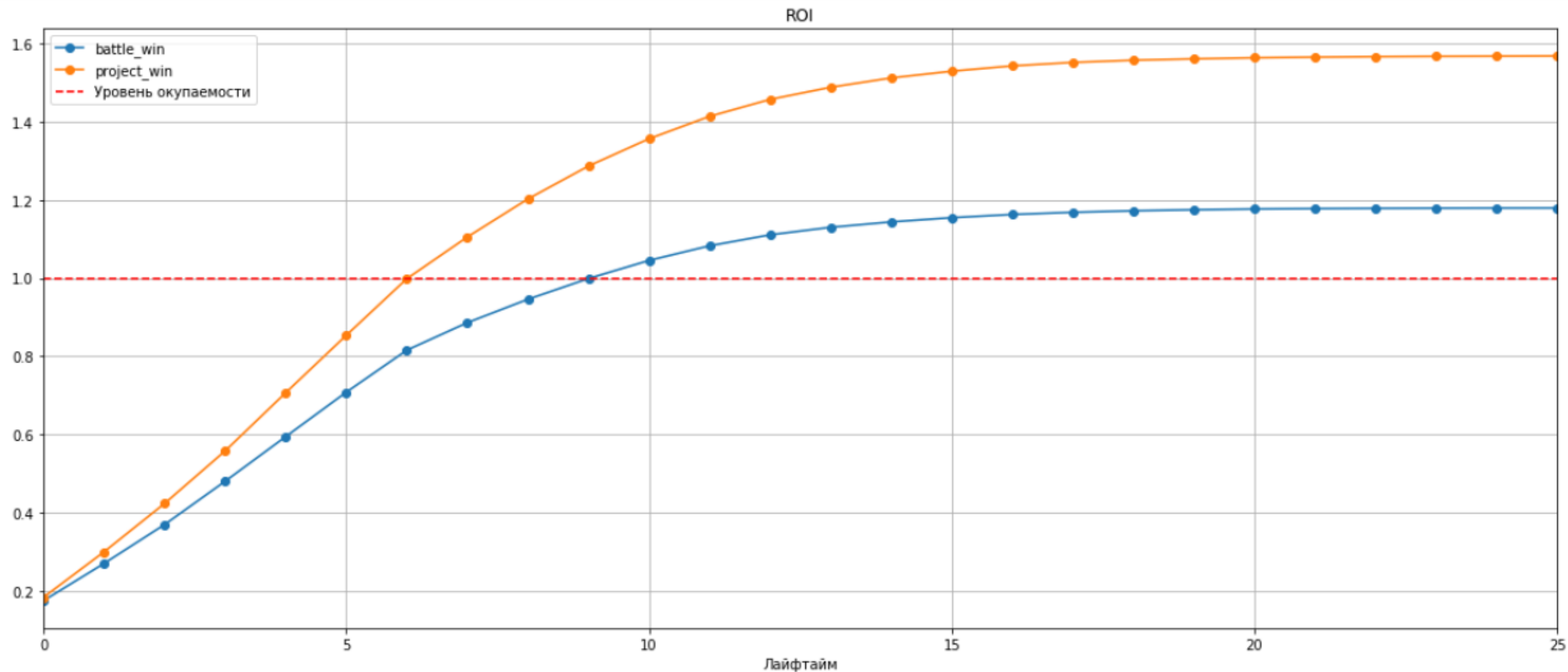


Больше проектов – больше построек

Среднее количество зданий при
прохождении первого этапа посредством:

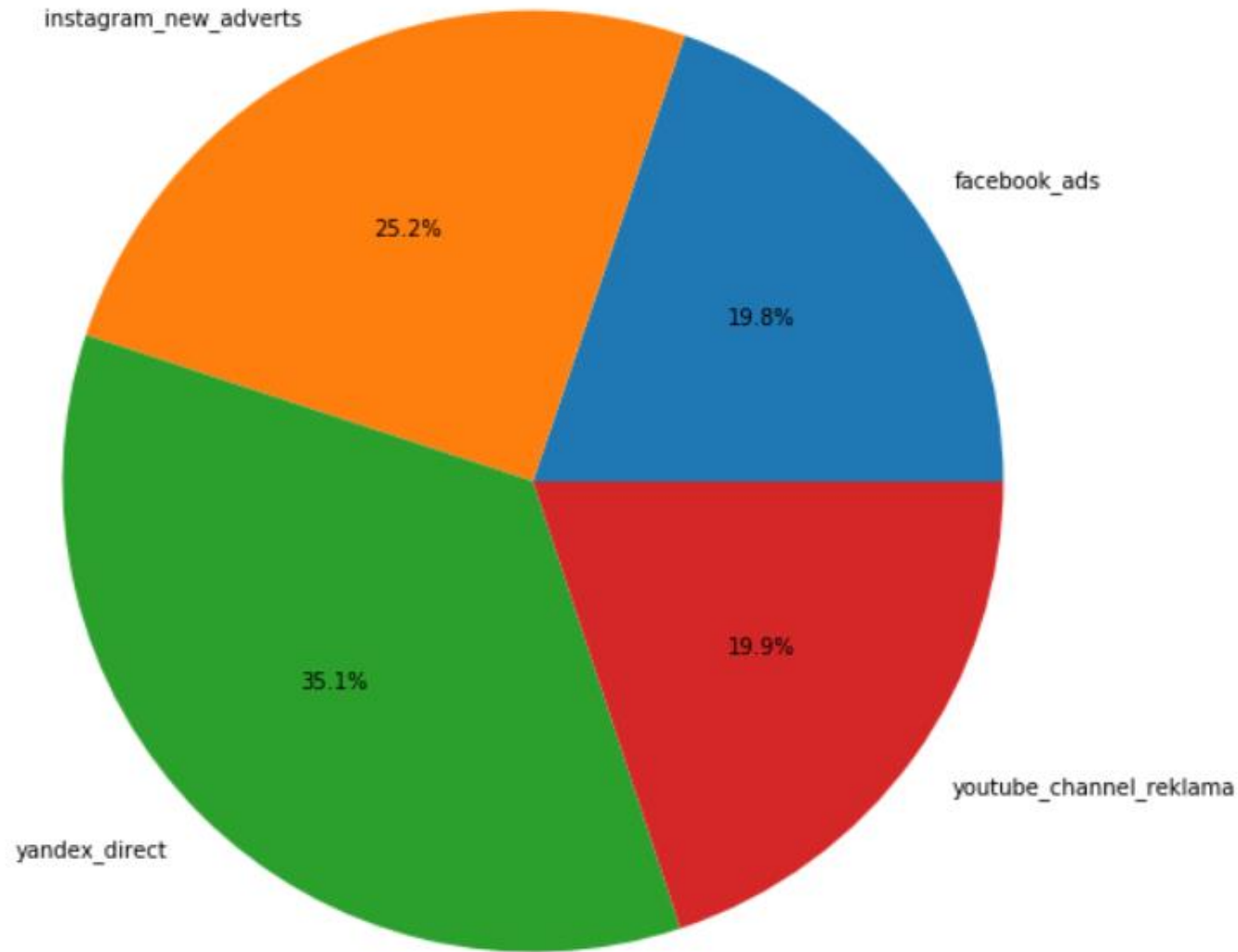
- победы над соперником - 9.4;
- реализации проекта - 12.6.





**Проекты окупаются
быстрее войны**

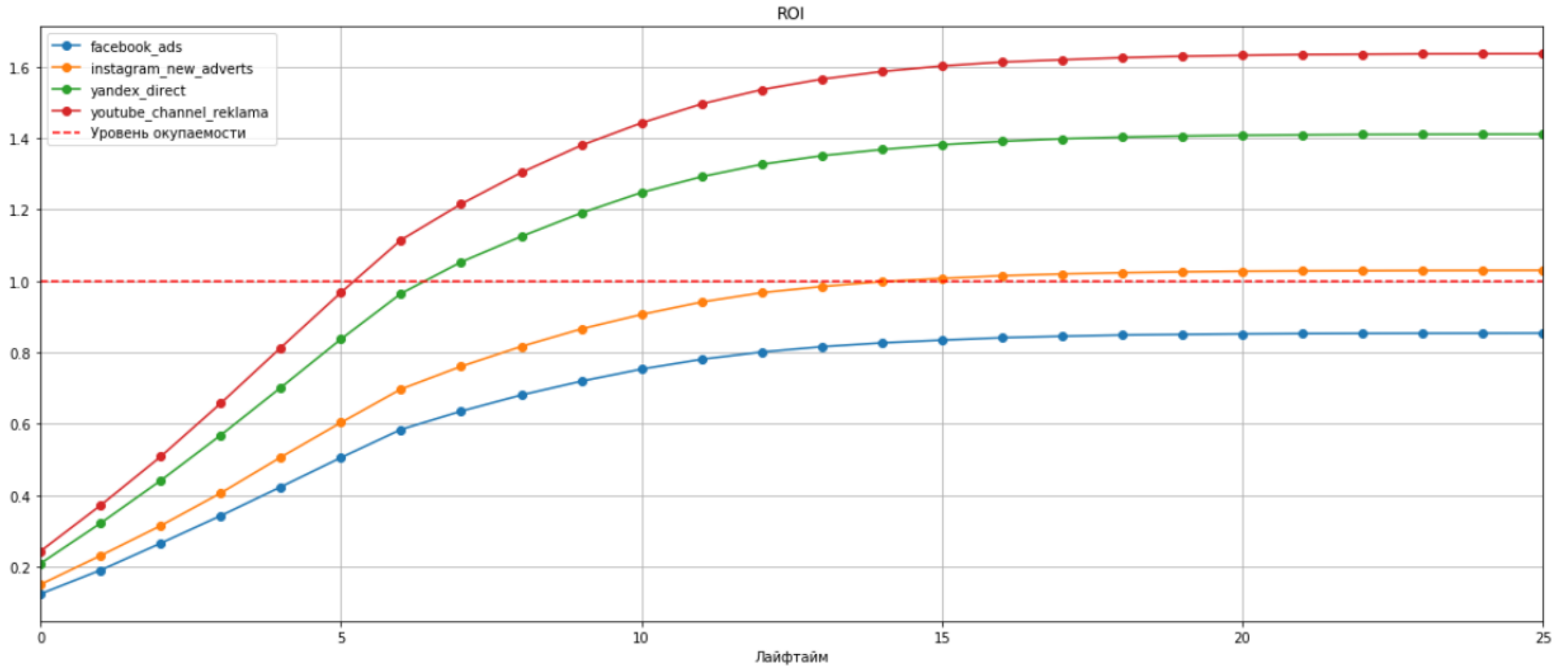
Срок окупаемости:
- при реализации проекта - 7 дней;
- при победе в битве - 10 дней.



Обильный источник - “Яндекс.Директ”

Процент пользователей, пришедших из:

- Яндекс.Директ - 35.1% (2042);
- Instagram - 25.2% (1466);
- Youtube - 19.9% (1159);
- Facebook - 19.8% (1150);

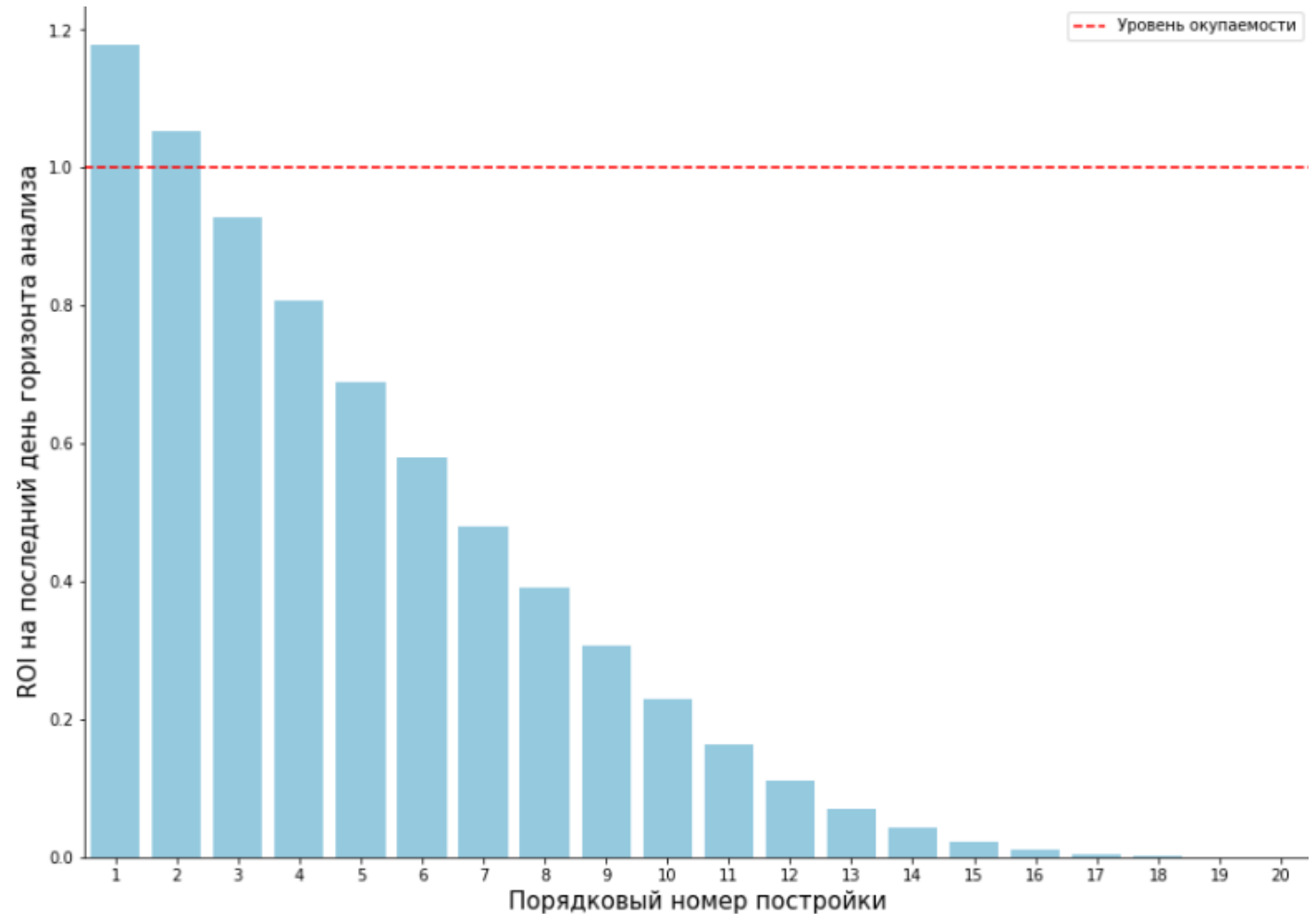


Facebook не окупаются

- Окупаемость источников:
- Youtube – на 6 день;
 - Яндекс.Директ – на 7 день;
 - Instagram – на 15 день;
 - Facebook – не окупается;

Схема 1. Показа рекламы при открытии меню постройки

Показ рекламы в меню строительства окупается, если начало показа стартует не позднее второго открытия меню.



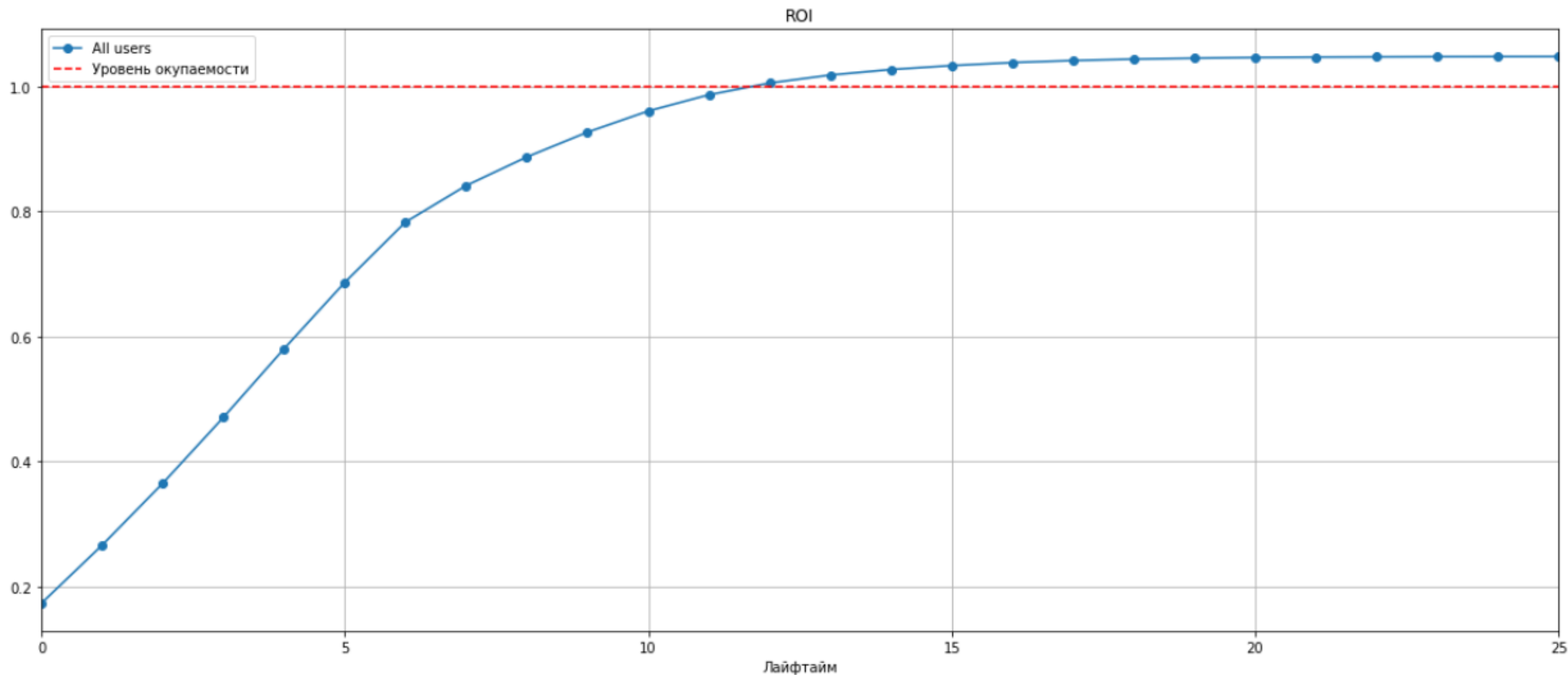


Схема 2. Показ рекламы при строительстве зданий типа "сборочный цех" и "космопорт"

Показ рекламы только при строительстве зданий типа "сборочный цех" и "космопорт" окупается на 13 день жизненного цикла пользователя.

Проверка гипотезы о времени, затраченном на прохождение первого уровня

Гипотеза H_0 - время завершения первого уровня победой над соперником равно времени завершения первого уровня реализацией проекта.

Гипотеза H_1 - время завершения первого уровня победой над соперником не равно времени завершения первого уровня реализацией проекта.

Результат - Отвергаем нулевую гипотезу: с высокой вероятностью время завершения первого уровня победой над соперником меньше времени завершения первого уровня реализацией проекта (p -значение: $6.57e-105$).

Проверка гипотезы о количестве зданий

Гипотеза H_0 - количество построек у пользователей, завершивших первый этап победой над соперником, равно количеству построек у пользователей, завершивших первый этап реализацией проекта.

Гипотеза H_1 - количество построек у пользователей, завершивших первый этап победой над соперником, не равно количеству построек у пользователей, завершивших первый этап реализацией проекта.

Результат - Отвергаем нулевую гипотезу: с высокой вероятностью количество построек на пользователя, завершившего первый этап победой над соперником, меньше количества построек на пользователя, завершившего первый этап реализацией проекта (p-значение: 0.0).