

Friday Casual Publisher



Pazar Problemi

Mobil oyun pazarı son yıllarda artarak ivme kazanmıştır. Buna karşın, son dönemde yayıncılar ön-kuluçka, kuluçka merkezlerinde ve diğer şirketlerdeki firmalarla olan anlaşmalarını iptal etmiştir. Dolayısıyla oyun sektöründe deneyimli firmalar açıkta kalmıştır. Özellikle genç ve dinamik oyun sektörü değişim geçirmiştir ve casual oyunlara yönelme artmıştır. Ancak casual oyun üreten şirketler azınlıktır. Bu doğrultuda pazardaki casual oyun açığı, anlaşmaları iptal edilen şirketlerle kapatılabilir.



...

Pazardaki Fırsat

Sektör bilgisine sahip olan oyun şirketleri casual oyun yapmaya yönlendirilerek başarı elde edilebilir.

Casual oyunlarda sadece reklam değil oyun içi satın almılardan para kazanılabilir.



...

Ürün ve Hizmet Açıklaması

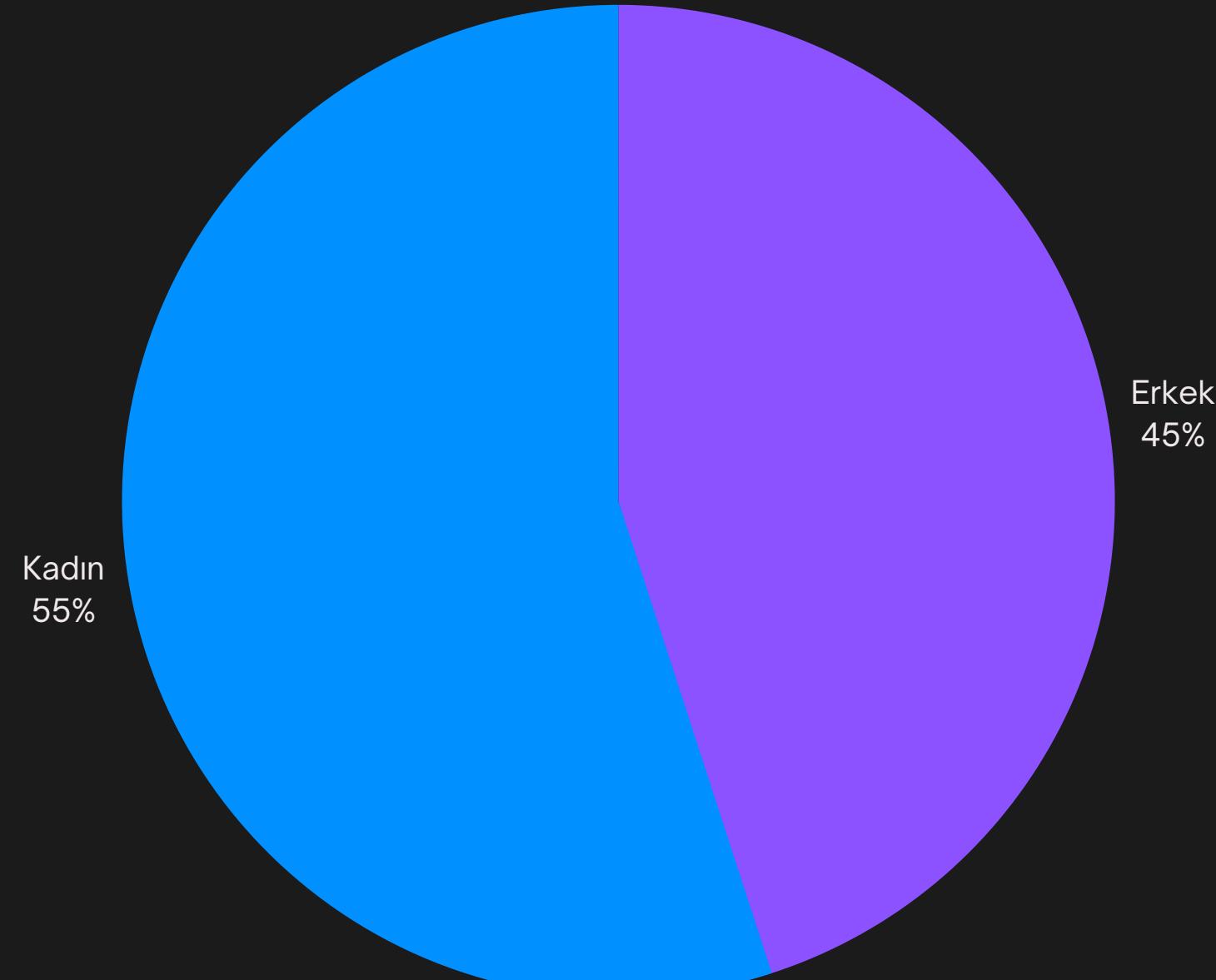


Friday Publisher olarak bizim amacımız, mobil casual oyun firmalarıyla anlaşmalar yaparak oyun yayınılmaktır. Dolayısıyla oyun firmaları tarafından geliştirilen prototiplerin test süreci ve reklamları bizim tarafımızdan yürütülecektir. Test sonucuna göre oyunlarda optimizasyon yapılmasını sağlamak öncelikli hedefimizdir.

...



Hedeflenen pazar ve müşteri yapısı



Mobil oyun oynayanlar cinsiyete oranını gösteren grafik

Amerika'da yaşayan, 18-34 yaş
arası mobil oyun oynayan kadın ve
erkek kullanıcılar ulaşmak
istediğimiz öncelikli hedef kitledir.

Müşteri Ürün Segmentasyonu

Kullanıcılar, oyunda para harcama ve harcamama unsurlarına bağlı olarak 6 segmentasyona ayrılmıştır.

Satın Alma İşlemi Yapan Kullanıcılar

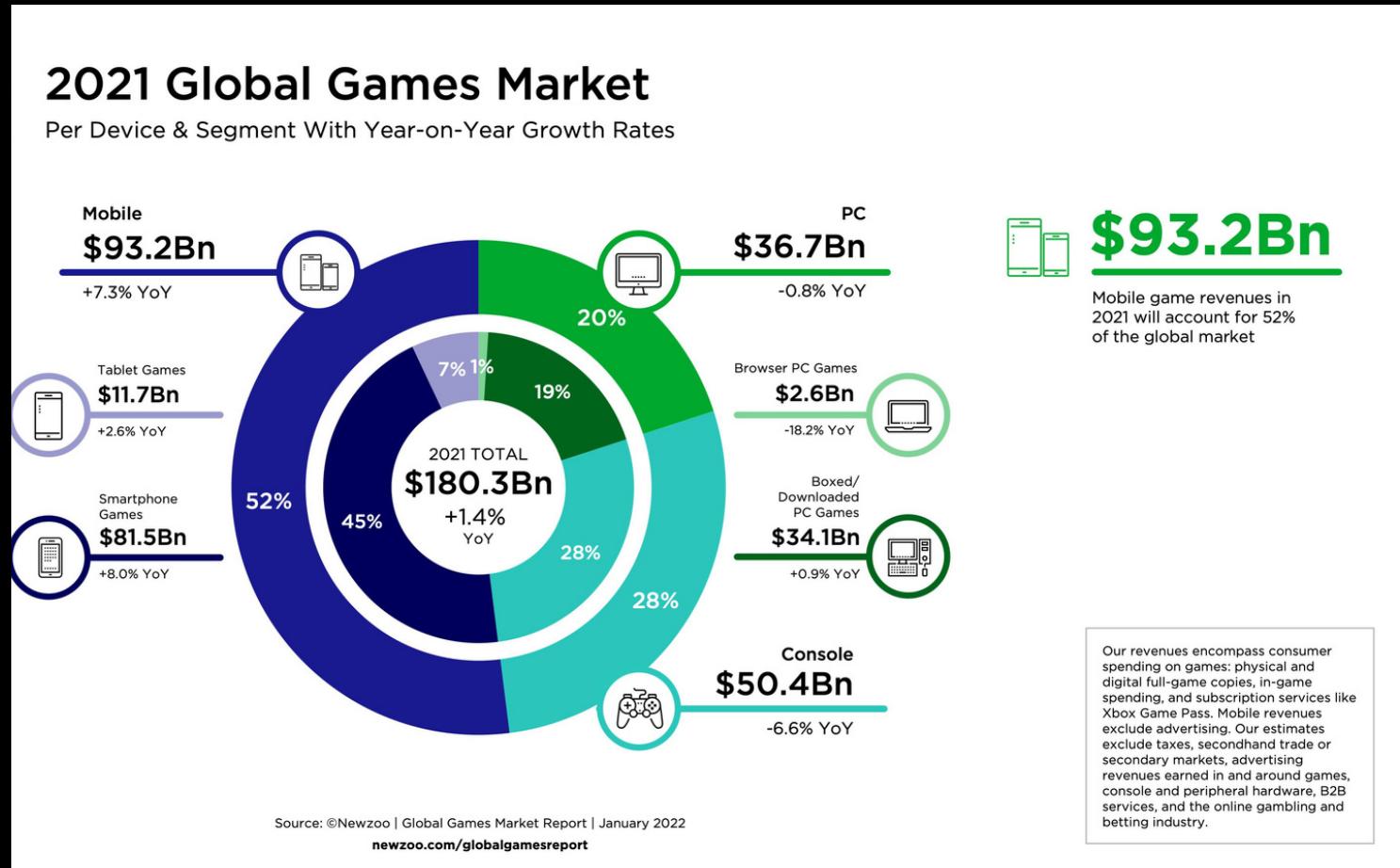
1. Aktif Kullanıcılar: Oyunda bir ya da daha fazla item satın almış ve sürekli giriş yapanlar
2. Ödeme Yapmış Kullanıcılar: Günlük girişleri daha nadir ama düzenli olan kullanıcılar
3. Daha önce ödeme yapmış ama kullanmayı bırakmış veya oyunu telefondan kaldırılmış kullanıcılar

Satın Alma İşlemi Yapmamış Kullanıcılar

1. Aktif Olup Ödeme Yapmamışlar: Oyunda hiçbir şey satın almamış ancak oyunlara sıklıkla giriş yapan kullanıcılar
2. Ödeme Yapmamış Kullanıcılar: Belirli gün sayısı boyunca giriş yapmamış ama yine de oyunu oynayan kullanıcılar
- 3: Hiç satın alma işlemi gerçekleştirmemiş ve oyunları oynamayı bırakmış veya uygulamayı kaldırılmış kullanıcılar.



Rekabet Unsurları



2021 yılında, oyun sektörünün %52'si, yani 93 milyar dolarlık kısmı mobil pazara aittir.

Rekabet, mobil sektörde küresel pazardaki diğer yayincılar

Mobil Sektördeki Öncül Yayincılar

Tencent- China

Playrix- İrlanda

Zyna - Amerika

Supercell - Finlandiya

Netmarble - Güney Kore

Aristocrat - Avustralya

Moon Active - İsrail

...

Ürünün İşletmeye Faydası

Mobil oyun, küresel pazarda gelir elde etmek için işletmeyi ayakta tutar, görünürlük ve tanınırlık sağlar.

Geliştirme süreci bilgisayar oyunlarına göre daha kolay ve hızlıdır. Ayrıca mobil oyun yayımlamak gelecekte devam edecek ve sürdürülebilirdir.

Pazarlama Hedefleri

TOP CHART VE İNDİRİLME

Oyunun TopChartlara girmesi ve indirilme sayısının 200.00 üzerine çıkılması

AYLIK GELİR

Aylık tekrarlayan gelir (MRR) artırılması için aylık kullanıcı fiyatınının minimum \$ 50.000 üzerine çıkılması.

YILLIK GELİR

Yıllık gelirin \$ 1.000.000 üzerine çıkması

UNİCORN

1 milyar doların üzerinde şirket değerlemesi

Stratejiler



Takipçi Ürün Stratejisi: Rakip oyun yayıncılarını yakından takip etmek ana stratejimizdir. Bu doğrultuda, hedef, oyuna giren günlük kullanıcı sayısı artırmak, oyun içi satın alımı artırmak ve kullanıcıların reklam izleme süresini uzatmak olarak belirlenmiştir. Ek olarak her oyun MVP olarak A/B Testing sürecinden geçecektir. Günlük giriş yapan kullanıcılarla oyun içi item ya da para verilecektir. Toplu oyun parası alımlarında indirim yapılacaktır.

Problem; insanların eğlenecek yeterli oyunu bulamaması. Stratejimiz, sektör metriklerini takip ederek kullanıcılarla eğlenebilecekleri yeni oyunlar üretmek. Vizyonumuz, Oyunlarımızın 1 milyar insana ulaşarak eğlendirmesi.



Temel Riskler

Riskler

Oyun firmalarının geliştirme kısmında yaşadıkları sıkıntılar nedeniyle prototip teslimini geciktirmesi

Reklam fiyatlarının beklenen CPI ve KPI değerlerinin üstünde çıkması

Küresel pazarda tanıtım eksikliği

… Finansal Model

Friday Casual Publisher için 2 ana para kazanma yöntemi şunlardır:

1. Free To Play (Acquisition, Retention, Monetization)

- Günlük Aktif Kullanıcı
- Yeni Yükleyen Kullanıcılar
- Arkadaşlarını davet et/ Arkadaş yardımı
- Süreyi ilerletme

2. Uygulama İçi Satın Alma :

- Customization
- Item güncelleme
 - Unlock içerik
 - Etkinlik teklifleri
- Süreyi ilerletme

	1 Ay	Yıllık
Reklam Masrafı	\$ 100	\$ 12.000
Prototip Başı Ücret	\$ 3000	\$ 36.000
Maaş	\$ 2000 x 8	\$ 384.00 (Vergiler Dahil)
Ofis Giderleri	\$ 465	\$ 5580
Asset Giderleri	\$ 500	\$ 60.000
Beklenen Kâr	\$ 60.000	\$ 720.000

Çıkış Stratejisi

Zarar durumunda hissedarlar arasında borç paylaşılır.

Kar sürecinde yatırımcı şirkete verdiği parayı alır ve kârın anlaşmaya göre %30'unu alır. Kalan kâr hissedarlar arasında dağıtılır.

1 milyar doların üzerinde kazanım elde edince hisselerin %49'u satılabilir.



...



Dinlediğiniz İçin
Teşekkürler.

