

Pitch para Jogos

Slides por:

Rafael Miranda Lopes (rafael.miranda.lopez@usp.br)





Este material é uma criação do
Time de Ensino de Desenvolvimento de Jogos
Eletrônicos (TEDJE)

Filiado ao grupo de cultura e extensão
Fellowship of the Game (FoG), vinculado ao
ICMC - USP

Este material possui licença CC By-NC-SA. Mais informações em:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Índice

1. O que é *pitch*?
2. O que falar?
3. Como falar?
4. Com quem falar?
5. Dicas
6. Referências



O que é *Pitch*?



O Que é *Pitch*?

- É uma apresentação do seu produto/serviço/empresa
- Geralmente curta (30s a 5min)
- Comunica valor
- Deve gerar interesse para uma nova interação mais longa, da qual pode vir o efeito desejado (investimento, aquisição de clientes, etc)
- Pode ser uma conversa, mas o termo é mais usualmente empregado para apresentações



Pitch para Jogos

- É uma apresentação (propaganda!) do seu jogo
- Possíveis interessados
 - ◆ Publicadoras/Investidores
 - ◆ Jogadores
 - ◆ Imprensa
 - ◆ Colaboradores



Pitch para Jogos

- Respeitar o precioso tempo do ouvinte/interlocutor
- Proposta de valor
 - ◆ Como o jogo apresentado irá gerar valor
 - Cultural?
 - Criativo?
 - Intelectual?
 - Econômico?



O que falar?



O que falar?

- Cada interlocutor tem interesses diferentes
- Entender o que é importante para seu interlocutor é fundamental para o sucesso de seu *pitch*
- Não é necessário falar sobre tudo do jogo, apenas sobre aquilo que irá atrair o interesse para uma próxima conversa



O que falar?

- As pessoas têm um curto intervalo de tempo em que conseguem prestar atenção em algo, a menos que seja muito interessante!
- Concentre-se no que realmente é **importante** pra ela!

O que é importante?

- Algumas perguntas podem ajudar a entender o que é importante (e como se direcionar) para seu interlocutor:
- ◆ **Quem somos?** (Sua equipe)
 - ◆ **Para quem?** (Interlocutor)
 - ◆ **O quê?** (O jogo ou algo relacionado a ele)
 - ◆ **Por quê?** (Motivo do *pitch*)
 - ◆ **Por que pra você?** (Qual a relevância do interlocutor)
 - ◆ **O que você ganha?** (Qual o ganho do interlocutor)
 - ◆ **Qual o custo?** (Custo para o interlocutor)



Quem somos?

- Sua apresentação pessoal (e da sua equipe)
- Cada tipo de interlocutor tem interesse em diferentes aspectos da equipe

Quem somos?

- Para publicadoras/investidores
 - ◆ O time é confiável para realizar o que promete?
 - Experiência
 - Trabalhos anteriores finalizados
 - Equipe possui todas as capacidades necessárias?
 - Rede de relacionamentos

Quem somos?

→ Para imprensa

◆ É necessária uma apresentação?

- Você já é conhecido?
- Novo na indústria?
- Tem uma história pessoal interessante?

Quem somos?

- Para jogadores
 - ◆ Muitos não se interessam
 - Alguns gostam de saber quem está fazendo seus jogos

Para quem?

- A pessoa para quem está apresentando
- Ela entende sobre assunto?
- Que tipo de jargões ela conhece?

Para quem?

- Publicadora/investidor
 - ◆ Em que eles investem, geralmente?
 - Já investiram em outros jogos?
 - Para que plataformas já publicaram?
 - Que tipos de jogos eles publicam?
 - Mortal Kombat para a Nintendo? ='(

Para quem?

→ Imprensa

- ◆ Está interessada em novas histórias
 - Que tipo de matéria é possível fazer sobre seu jogo?

Para quem?

→ Jogadores

- ◆ Muitos não entendem as dificuldades do desenvolvimento de jogos
 - Pode ser interessante compartilhar algumas dessas dificuldades e buscar empatia

O quê?

→ Algo de valor sobre o jogo

- ◆ Emocional
- ◆ Econômico
- ◆ História
- ◆ Etc.

O quê?

- Publicadora/Investidor
 - ◆ Como o jogo se encaixa em seu portfólio

O quê?

→ Imprensa

◆ Qual é a notícia?

O quê?

→ Jogadores

◆ Como é a experiência do jogo?

Por quê?

- O motivo de fazer o *pitch* para esse público-alvo
 - ◆ O que ganhamos?
 - ◆ O que entregamos? (proposta de valor)
 - ◆ Como alcançamos a proposta de valor?

Por quê?

→ Publicadora/Investidor

- ◆ O que eles podem trazer para o jogo?
 - Dinheiro?
 - Contatos?
 - Consultoria?

Por quê?

- Imprensa
 - ◆ Vendas
 - ◆ Exposição (projeção) do jogo ou da empresa

Por quê?

→ Jogadores

- ◆ Deixá-los interessados no jogo
 - *Hype?*
 - Cuidado para não exagerar
 - Cuidado com o *timming*

Por quê pra você?

- Por que para essa audiência (pessoa, empresa) específica
 - ◆ Se possível, estude sobre ela com antecedência

Por quê pra você?

- Publicadora/Investidor
 - ◆ Qual o diferencial entre este e os outros?

Por quê pra você?

→ Imprensa

- ◆ Com o que essa pessoa/empresa mais se importa?
- ◆ Que tipo de material já foi publicado sobre jogos semelhantes?

Por quê pra você?

→ Jogadores

- ◆ Se estiver, por exemplo, em uma campanha de *crowdfunding*: por que para esses jogadores e não para uma publicadora?

O que você ganha?

- O ganho para o interlocutor
 - ◆ Valor
 - ◆ Não necessariamente financeiro

O que você ganha?

→ Publicadora/Investidor

◆ Lucro

O que você ganha?

→ Imprensa

- ◆ Alcance e aprovação do conteúdo
 - Mais leitores
 - Mais *likes*

O que você ganha?

→ Jogadores

◆ Vantagens extras

- *Early Access, Beta Test, Funder (crowdfunding)*
- Nomes nos créditos, itens exclusivos, participação na criação de algum conteúdo, status

◆ Experiência única?

Qual o custo?

- Do que você precisa e quanto isso custará para seu interlocutor
- ◆ “Custo” não é o mesmo que “dinheiro”

Qual o custo?

- Publicadora/Investidor
 - ◆ De quanto dinheiro precisa?
 - ◆ Que tipo de consultoria precisa para completar as competências de sua equipe?

Qual o custo?

→ Imprensa

- ◆ Quanto tempo demoraria para escrever um artigo ou fazer um vídeo?
 - Kits de imprensa reduzem drasticamente esse custo!

Qual o custo?

→ Jogadores

- ◆ O preço do jogo
 - Promoções
- ◆ Tempo assistindo *Ads* ou compartilhando em redes sociais
- ◆ Deixar de jogar outro jogo?
- ◆ O custo não é apenas o preço - inclui tempo e esforço

Como falar?



Como falar?

- Respeite o **tempo** do seu interlocutor
- A informação que ele recebe deve ter valor que supera o custo (tempo) gasto para adquiri-la

Como falar?

- Provoque grande interesse já nos primeiros segundos
- Observe seu interlocutor
 - ◆ Ele parece interessado?
 - ◆ Está entediado/inquieto?
- Mude o rumo da sua apresentação, caso pareça necessário
- Explique apenas o que for importante para ele **naquele momento**

Como falar?

→ *Call to Action*

- ◆ Ao final da apresentação, convide o interlocutor a agir
 - Facilite essa ação
 - “Curta nossa página”
 - “Participe do *crowdfunding* em (...)”
 - “Vamos discutir os detalhes do investimento”
 - “Compre nosso jogo, é só ler este *QR Code*”

Com quem falar?



Com quem falar?

- Pode ser difícil achar a pessoa certa para quem expor seu jogo
- ◆ Conheça muitas pessoas da área!
 - Grupos de desenvolvimento de jogos (FoG) =)
 - Desenvolvedores Indie
 - Imprensa
 - **Eventos de jogos!**
- ◆ Busque aceleradoras de *startups*

Eventos de Jogos no Brasil

- BIG Festival
- BGS - Brasil Game Show
- SBGames
- Global Game Jam
- Mostra de Jogos ICMC

Dicas



Dicas

- Lembrar: **por que** e **pra quem** fazer o *pitch*?
- Conheça bem seu jogo e seu interlocutor
- Mantenha o *pitch* interessante e breve
- Treine, especialmente com quem não te conhece
- As pessoas tomam decisões com base em suas emoções: capriche na forma de apresentar e mostre entusiasmo e segurança
- Veja as referências ao final

Referências

Referências

- <http://www.gamedonia.com/blog/game-pitch-how-to>
- https://www.youtube.com/watch?v=-m_BblmyQ_s&feature=youtu.be
- https://www.gamasutra.com/view/feature/134571/how_to_pitch_your_project_to_.php
- <http://www.tinybuild.com/how-to-pitch-your-game>
- Investidor-Anjo: <https://www.youtube.com/watch?v=Ld5JpU8vyrM>
- Aceleradoras de jogos: <https://www.youtube.com/watch?v=nrJUSZA3zow>
- Investidores - Brasil: <https://www.youtube.com/watch?v=ZTMsur50XWw>
- Demo - publicadora: <https://www.youtube.com/watch?v=cwYX2927hps>