

Анализ модели монетизации для мобильной игры «Космические братья»

Дмитрий Большаков

Май 2022

Источник для исследования: учебные данные, предоставлены компанией Яндекс. Практикум в рамках курса «Аналитик данных»

Содержание

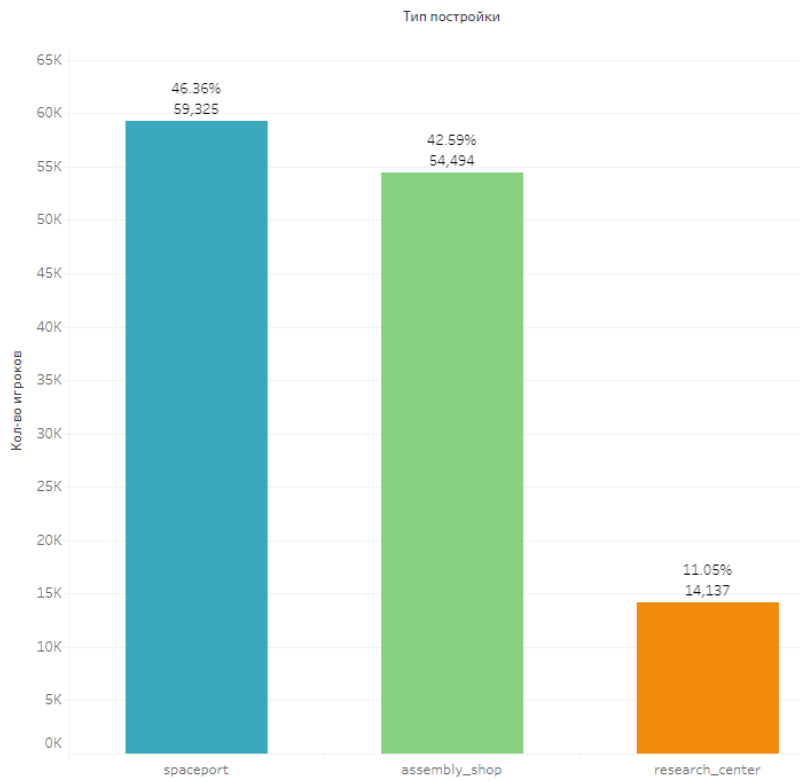
1. Поставленная задача
2. Распределение количества построек по типам
3. Распределение событий по дням
4. Распределение пользователей по рекламным источникам
5. Затраты по рекламным каналам
6. Проверка статистических гипотез
7. Рекомендуемая модель монетизации
8. Общие рекомендации

Поставленная задача

Основная монетизация игры только планируется. Предполагается, что в приложении будет происходить показ рекламы на экране с выбором типа объекта для постройки.

Цель исследования: предложить стратегию монетизации игрового приложения, основываясь на данных о поведении первых пользователей и рекламе.

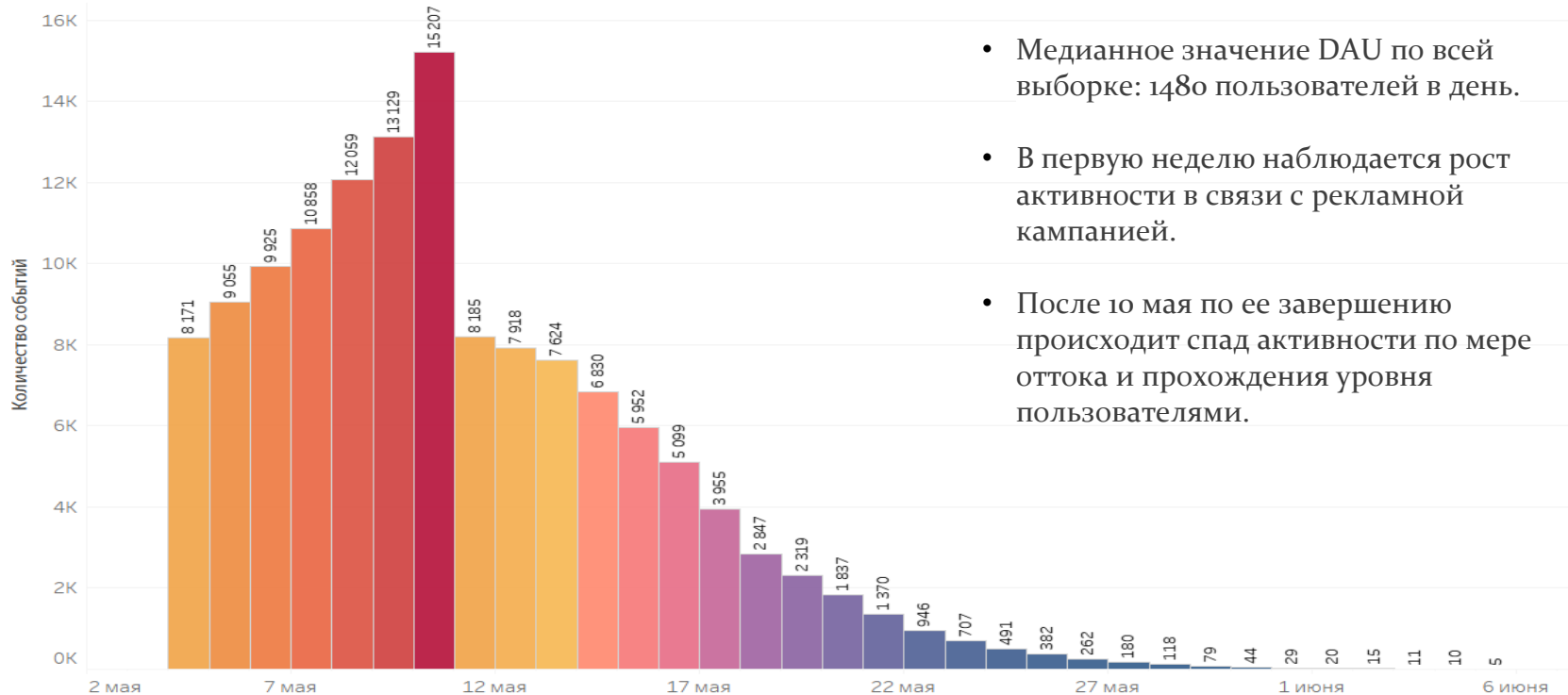
Распределение количества построек по типам



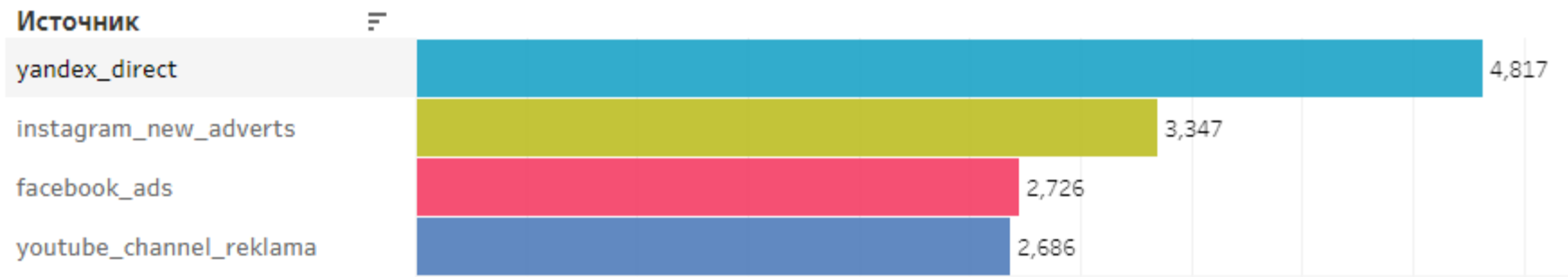
Всего было построено 127 956 зданий

Больше всего было построено космопорт, затем идет сборочный цех, реже всего строится исследовательский центр – его завершили всего 11% игроков.

Распределение событий по дням

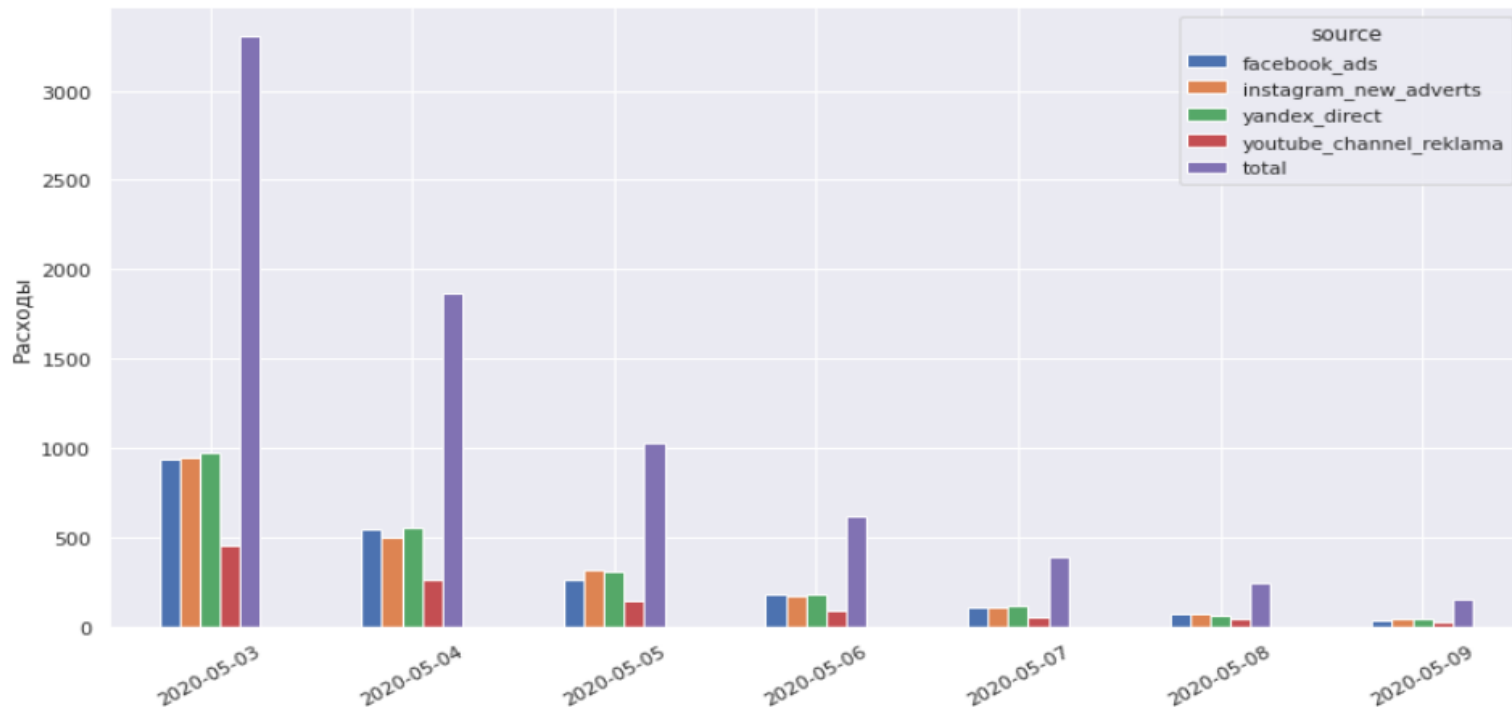


Распределение пользователей по рекламным источникам



- Больше всего игроков привлечено по каналу yandex_direct. Именно по нему наблюдается самая высокая активность пользователей.
- Меньше всего игроков пришли из канала youtube_channel_reklama.

Затраты по рекламным каналам



- Общие затраты на рекламу составили около 3300 в первый день, а затем снижались. Затраты по каналу yandex_direct всегда немного опережали другие каналы.
- Меньше всего было потрачено на рекламу по youtube_channel_reklama.
- При этом наименьший САС (0.4) именно у канала youtube_channel_reklama, а самым дорогим оказался facebook_ads (0.79).
- Стоит провести дополнительное исследование по вопросу перераспределения средств на маркетинг.

Проверка статистических гипотез

Согласно результатам статистических тестов, можно сказать, что:

- Есть статистически значимое различие среднего времени прохождения уровня между пользователями, которые заканчивают уровень через реализацию проекта, и пользователями, которые заканчивают уровень победой над другим игроком. Это логично, постройка всех необходимых зданий занимает больше времени, чем сражение с другим игроком.
- Нет статистически значимой разницы по времени прохождения уровня между пользователями, пришедшими из разных источников трафика.

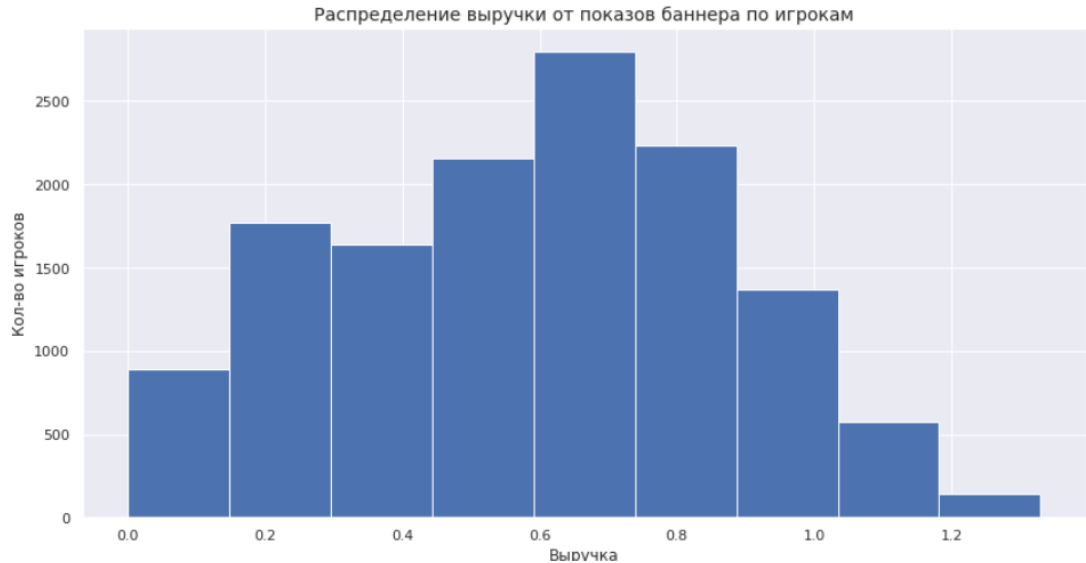
Поскольку стратегия rvr явно популярнее среди игроков (две трети игроков из прошедших уровень выбрали военный путь достижения цели), возникает игровой дисбаланс, который в конечном счете может привести к потерям прибыли.

Рекомендуем геймдизайнерам по возможности сократить дисбаланс в выборе стратегий победы.

Рекомендуемая модель монетизации

Мы предлагаем модель монетизации на основе демонстрации рекламного баннера со стоимостью - 0,07 на экране с выбором типа постройки, начиная со второй постройки.

- При показах рекламы, начиная со второй постройки зданий, месячный доход может составить до 8006 при текущем уровне оттока.
- Суммарные затраты на рекламу составили 7603.
- Возможная выручка модели: 5.3 %



Общие рекомендации

- Среди игроков 57% не добрались до конца первого уровня. Рекомендуем добавить возможность покупки ускорителей развития за игровую валюту, а также уникальный контент для повышения интереса к игре у таких игроков.
- Наиболее ценными игроками с точки зрения монетизации являются игроки-строители, так как они проводят в среднем на 2.6 дней больше времени в игре. В то же время таких игроков в 2 раза меньше, чем игроков-воинов. Рекомендуем стимулировать игроков больше строить и меньше воевать, например, увеличив сложность через победу над другими игроками при минимальном количестве построек, а также предоставляя игровой бонус через победу за счёт проекта.
- Среди рекламных источников самым эффективным с точки зрения затрат (САС) можно считать youtube_channel_reklama (0.4 в среднем за игрока), а самым дорогим -facebook_ads (0.78 в среднем за игрока). Рекомендуем уменьшить затраты по каналу facebook_ads и увеличить по каналу youtube_channel_reklama.
- Рекомендуемая модель монетизации: при текущей цене за баннер (0.07) и показах начиная со второй постройки здания, расходы на привлечение игроков окупались бы только при сохранении текущего оттока, выручка составила бы до 5.3 % (8006), однако, с учетом невозможности изменения цены баннера, прилагаем взять на вооружение данную модель, но также разработать стратегии сокращения возможного оттока и рассмотреть дополнительные способы монетизации.
- Дополнительно стоит рассмотреть возможность показов рекламы на других экранах, а также показывать дорогую видео-рекламу при завершении уровня.
- Кроме того, нужно предусмотреть возможность платного отключения рекламы. Это повысит монетизацию и может понизить отток самых увлеченных игроков.
- По предложенным обновлениям рекомендуем провести А/В тесты прежде, чем реализовывать их для всех игроков.