



## درآمدزایی در صنعت بازی سازی

معیارهایی که کمتر به آنها توجه می کنیم

تیم هوش تجاری کافه بازار / خرداد ۱۳۹۷



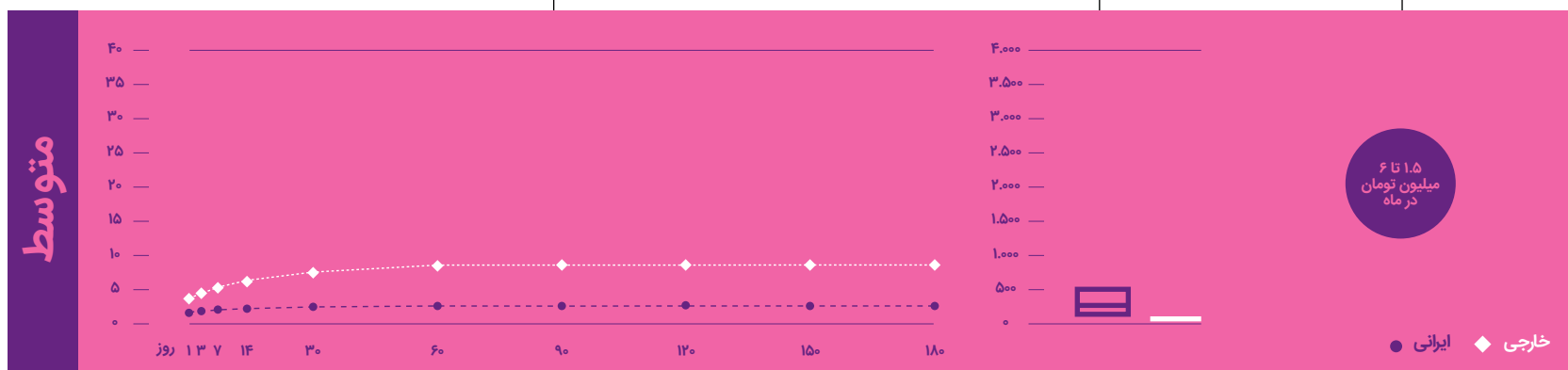
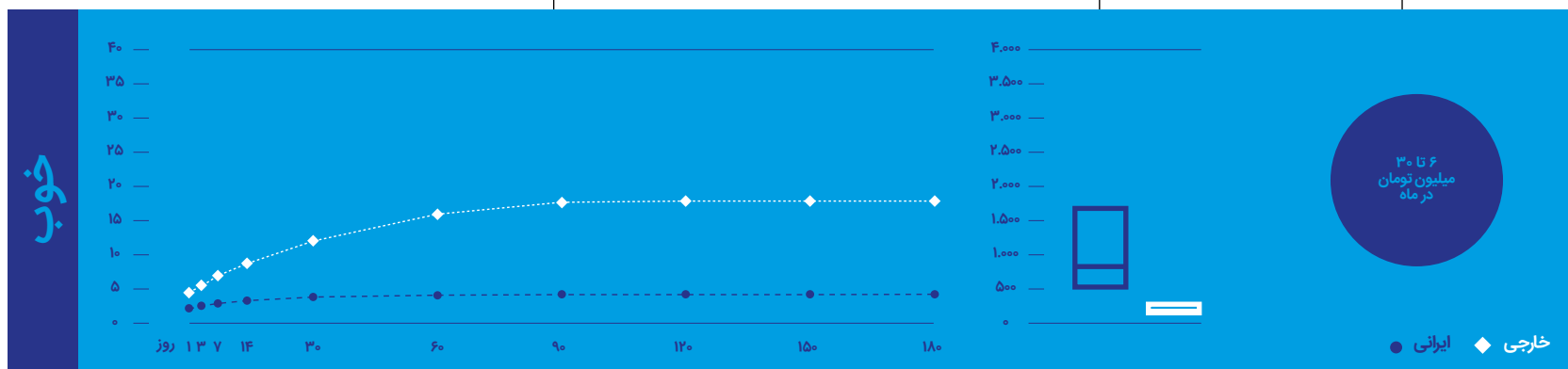
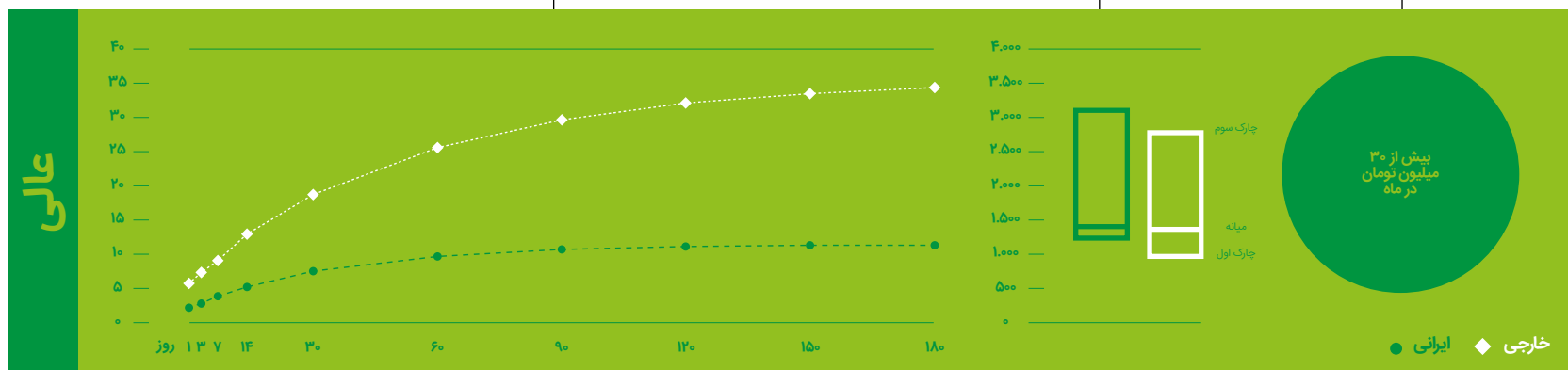
ارزش خریدار در طول زمان

X

تعداد خریداران

≈

درآمد



با بررسی میزان فروش بازی‌ها در کافه‌بازار متوجه شدیم که بازی‌های ایرانی در مقایسه با بازی‌های خارجی‌ای که از نظر درآمد با آن‌ها در یک رده قرار می‌گیرند تعداد کاربران خریدار بیشتری دارند. بیشتر بودن تعداد کاربران خریدار با سطح درآمد برابر برای بازی‌های ایرانی به این معنی است که این بازی‌ها از هر کدام از کاربرانشان در مقایسه با بازی‌های خارجی هم‌رده خود درآمد کمتری کسب می‌کنند. این مساله را می‌توانید در نمودارهای روبرو مشاهده کنید.

این نمودارها تعداد کاربران خریدار و همچنین ارزش طول عمر هر کاربر را برای سطوح مختلف درآمد مقایسه می‌کنند. نمودار ارزش طول عمر کاربران در طول زمان رسم شده است که نشان دهنده متوسط خرید کاربران بعد از گذشت تعداد روزهای ذکر شده از اولین خریدشان است. همان طور که مشاهده می‌کنید در تمامی سطوح بازی‌های ایرانی به طور متوسط کاربران خریدار بیشتری دارند اما در مقابل ارزش طول عمر هر یک از کاربرانشان کمتر است\*.

#### \*کاربر خریدار:

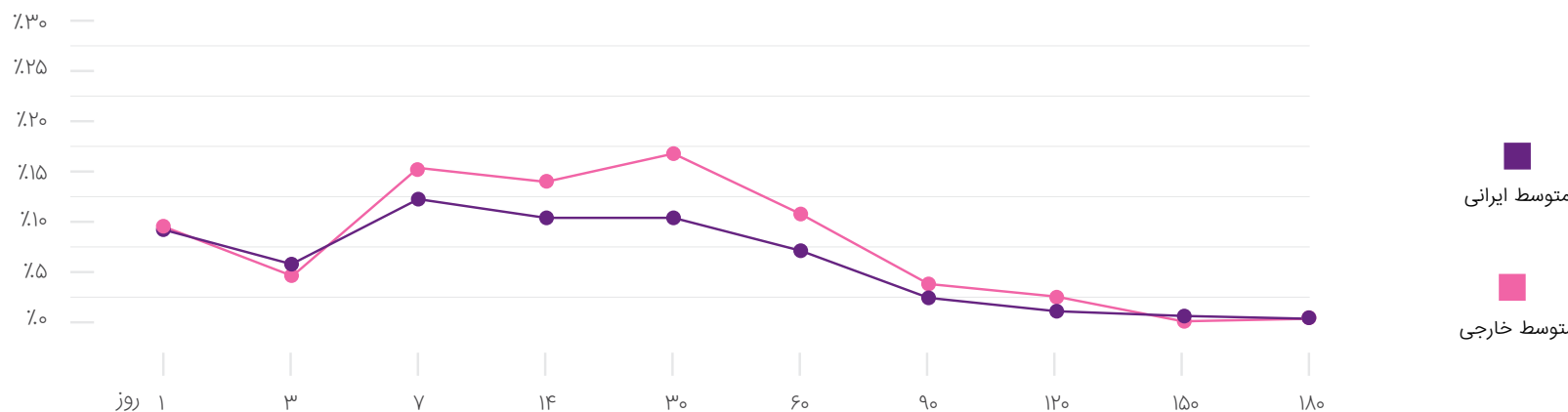
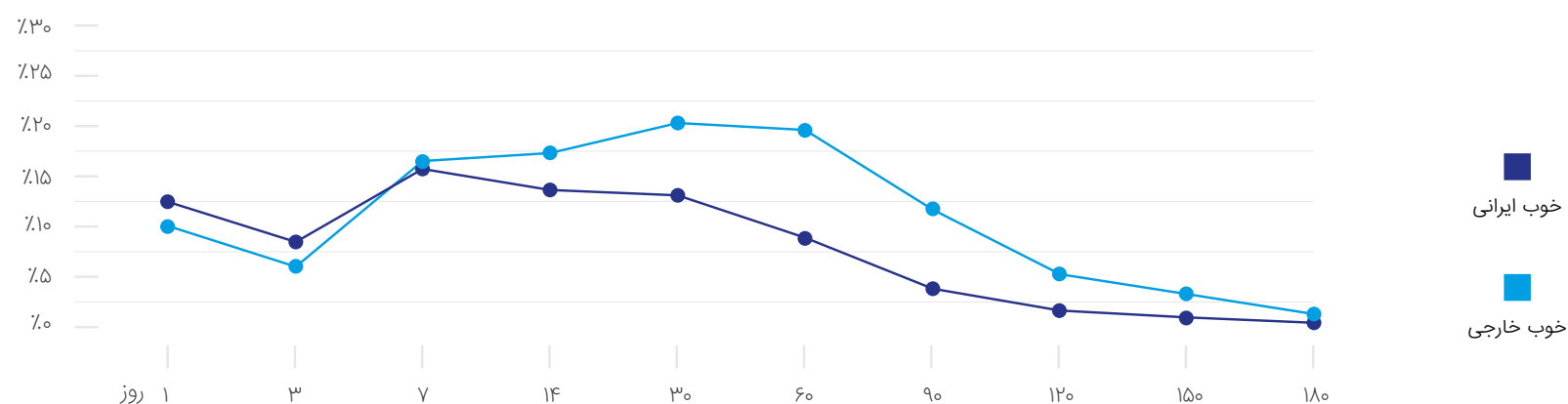
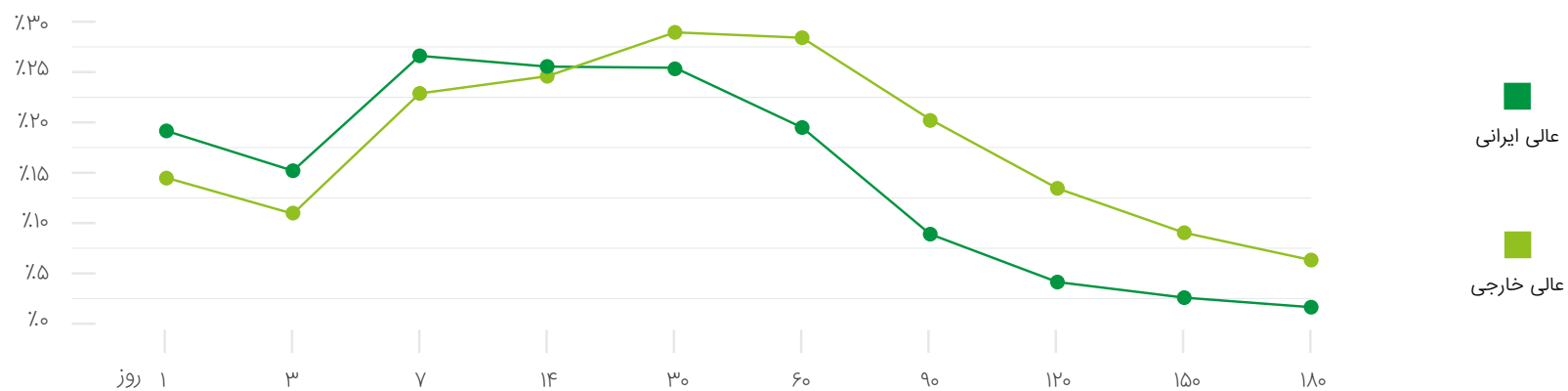
هر کاربری که حداقل یک خرید موفق از بازی داشته‌است.

#### ارزش طول عمر کاربر:

متوسط مجموع خرید کاربران از بازی (هر کاربر خریدار به طور متوسط برای بازی چقدر خرج کرده است؟).



## نرخ تکرار خرید



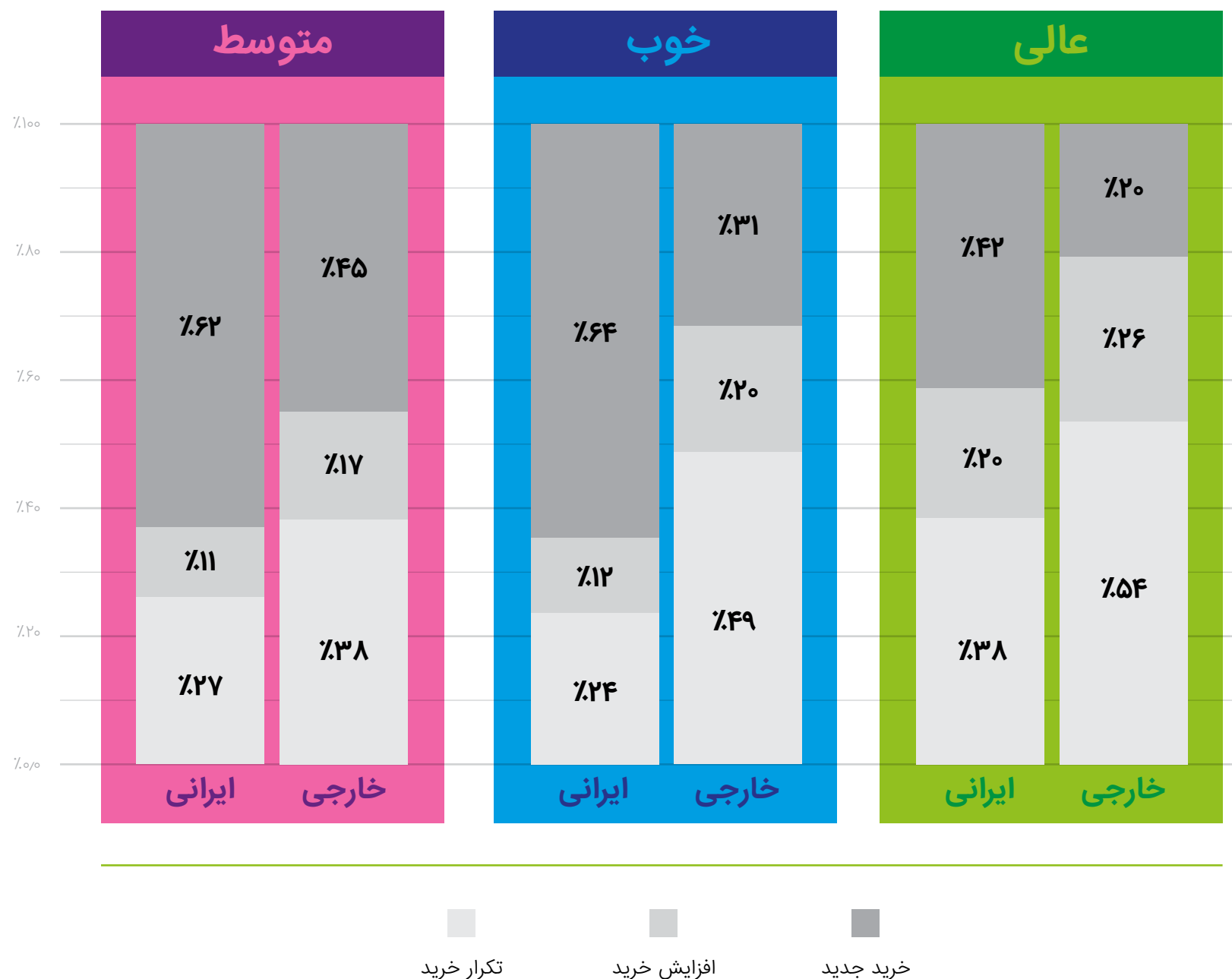
معیارهای دیگری برای دقیق‌تر شدن در ارزش طول عمر کاربران وجود دارد. از جمله این معیارها تکرار خرید کاربران است. بررسی تکرار خرید کاربران به ما نشان می‌دهد از کل کاربران خریدار چه سهمی از آنها تا چه مدت زمانی بعد از اولین خرید خود برای خرید دوباره از بازی انگیزه دارند. بازه‌های متداولی که تکرار خرید برای بازی‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرد در نمودارهای روبرو قابل مشاهده است.

نرخ تکرار خرید بازی‌های «عالی» ایرانی پس از ۱۴ روز و بازی‌های «خوب» ایرانی پس از ۷ روز کمتر از بازی‌های مشابه خارجی‌شان می‌شود. این یعنی کاربران بازی‌های ایرانی زودتر تصمیم می‌گیرند که دیگر از بازی خرید نکنند. در مورد بازی‌های «متوسط» خارجی بعد از ۳ روز نرخ تکرار خرید از بازی‌های ایرانی «متوسط» بهتر می‌شود. به این معنی که کاربران خریدار این بازی‌ها بعد از گذشت ۳ روز از اولین خریدشان در بازی به طور متوسط خریدهای بیشتری (به نسبت بازی‌های متوسط ایرانی) انجام می‌دهند\*.

**\*تکرار خرید:**

هر خریدی که اولین خرید کاربر نباشد.





از دیگر معیارهای مهم مورد مقایسه، رابطه میان خرید کاربران در ماه جاری و ماه گذشته است. این مقایسه شامل دو بخش می‌شود. بخش اول آن که در نمودارهای این صفحه می‌بینید، نشان می‌دهد از درآمد یک ماه بازی در مقایسه با ماه قبلی چه میزان سهم تکرار خرید و افزایش خرید کاربران قبلی است و چه میزان سهم خرید کاربران جدید است.

بازی‌های ایرانی در مقایسه با بازی‌های خارجی در هر ماه خرید جدید بیشتری دارند، ولی در مقابل این بازی‌ها افزایش و تکرار خرید کمتری دارند. به این معنی که از کل درآمد بازی‌های ایرانی در یک ماه بخش بیشتری از درآمد مربوط به کسانی است که اولین خریدشان را از بازی انجام داده‌اند و در مقابل بخش کمتری از درآمد در نتیجه بیشتر شدن خرید کاربران قدیمی و تکرار خرید آنها است.\*

#### \*خرید جدید:

مجموع خرید خریدارهای جدید از یک بازی، در هر بازه‌ی زمانی مشخص. (مجموع خریدهای اول)

#### افزایش خرید:

میزان افزایش خریدی که هر کاربر خریدار در هر ماه نسبت به مجموع خرید ماه قبلش دارد. (مثلاً اگر ماه پیش ۲۰ تومان خرید داشت و این ماه ۳۰ تومان، افزایش خریدش ۱۰ تومان و بقیه ۲۰ تومان به عنوان تکرار خرید شمرده می‌شود.)





بخش دوم مقایسه درآمد ماه جاری و ماه گذشته با فرض ایده‌آل ثابت بودن خرید هر یک از کاربران خریدار محاسبه می‌شود و نشان می‌دهد چه سهمی از کاهش درآمد این ماه نسبت به ماه گذشته به دلیل کمتر شدن خرید کاربران است و چه سهمی برای خریداران از دست رفته است.

بازی‌های ایرانی در مقایسه با بازی‌های خارجی مشابه، خرید از دست رفته بیشتری دارند ولی اغلب میزان کاهش خریدشان کمتر است. یعنی خریداران بازی‌های ایرانی نسبت به خریداران بازی‌های مشابه خارجی، کمتر خرید نمی‌کنند بلکه به کلی خرید را کنار می‌گذارند\*.

#### \*کاهش خرید:

وقتی خرید این ماه کاربر کمتر از ماه قبلی می‌شود به میزان کمتر شدن آن کاهش خرید می‌گوییم. مثلاً اگر کاربر بازی در ماه پیش ۲۰ تومان خرید داشت و این ماه ۱۵ تومان، کاهش خریدش ۵ تومان است.

#### خرید از دست رفته:

مثل کاهش خرید است ولی برای کسانی است که دیگر از بازی خرید نمی‌کنند. (مثلاً اگر یک کاربر بازی، هر ماه ۲۰ تومان خرید داشته و این ماه خریدش صفر تومان شده، خرید از دست رفته بازی برای آن کاربر ۲۰ تومان است.)



## خلاصه:

راه حلی که معمولا بازی سازان ایرانی برای کسب درآمد بیشتر به کار می‌بندند، این است که سعی می‌کنند تا جایی که ممکن است تعداد کاربرها و تعداد کاربرهای خریدار خود را بیشتر کنند. ولی نکته مهم این است که درآمد، صرفا با بیشتر شدن تعداد کاربرها به دست نمی‌آید و باید به این هم توجه کرد که هر کاربر تا چه زمانی بازی را ادامه می‌دهد و انگیزه دارد که برای بازی پول بپردازد.

بازی‌های خارجی در مقایسه با بازی‌های ایرانی مشابه، معمولا توانایی دارند که با ابزارهایی مثل پیشنهادهای جالب خرید، به روزرسانی‌های جذاب و مشاهده و تحلیل رفتار کاربران در طول زمان، کمک کنند کاربرانشان برای مدت بیشتری، انگیزه‌ی ماندن در بازی را داشته باشند و حاضر باشند حتی پس از گذشت چند ماه از شروع بازی، همچنان برای پیشرفت در بازی خرید کنند.

در واقع، درآمد یک بازی، هم با بیشتر شدن کاربرها بیشتر می‌شود و هم با بیشتر شدن خرید هر کاربر. برای بالا بردن درآمد، خوب است سعی کنیم کاربران ما انگیزه داشته باشند مدت طولانی‌تری بازی ما را ادامه بدهد و بازی پس از مدت کمی، برای آنها تمام‌شده به حساب نیاید.

در صورت تمایل روی [این لینک](#) کلیک کنید و نظرتان را در مورد گزارش ما به اشتراک بگذارید.

