

Формирование модели монетизации для игрового приложения “Космические братья”

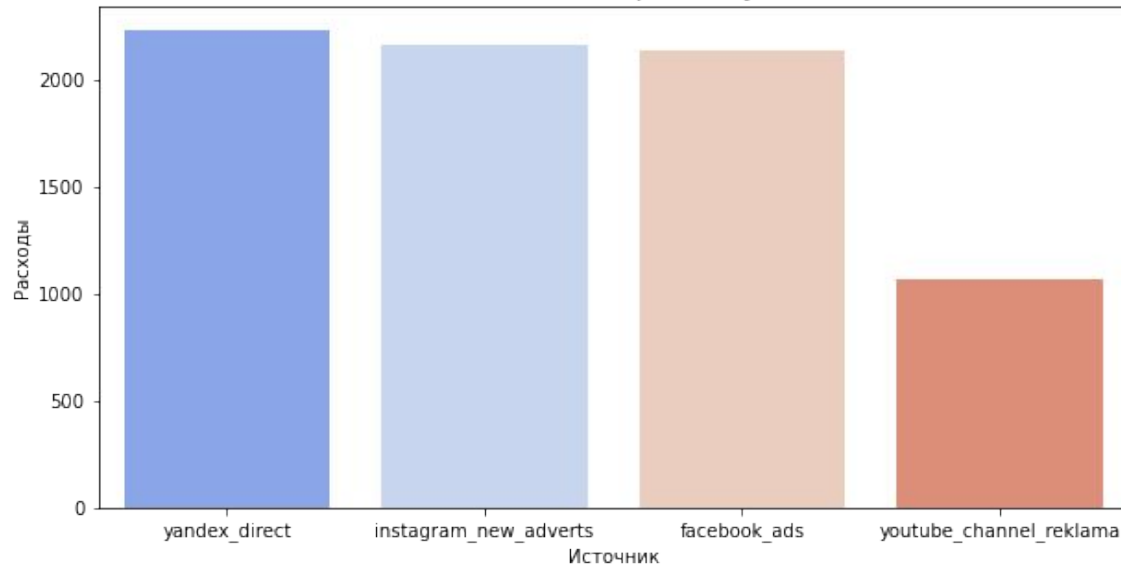
Прилепская Дарья

Задача

Сформировать модель монетизации, которая позволит окупить рекламу на привлечение пользователей и минимизировать негатив пользователей от рекламы.

Базовая модель монетизации предполагает показ рекламы пользователю каждый раз на экране выбора постройки.

Расходы на рекламу

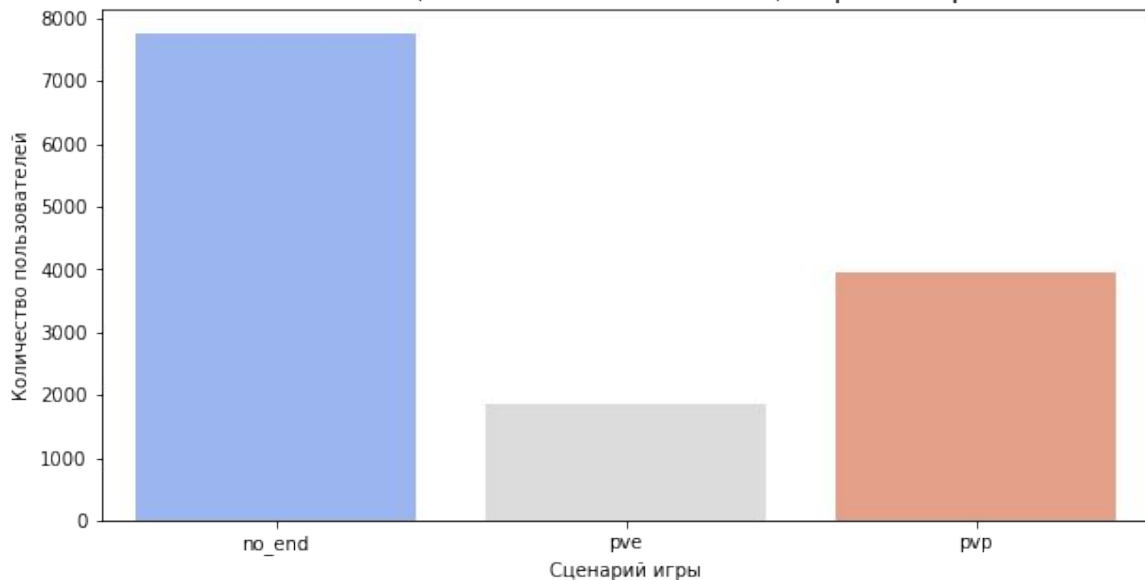


Стоимость показа рекламы - 0.07 у.е.

Расходы на привлечение
пользователей составили 7603.58 у.е.

Для окупаемости средств для
привлечения пользователей
необходимо показать ее 108623 раз.

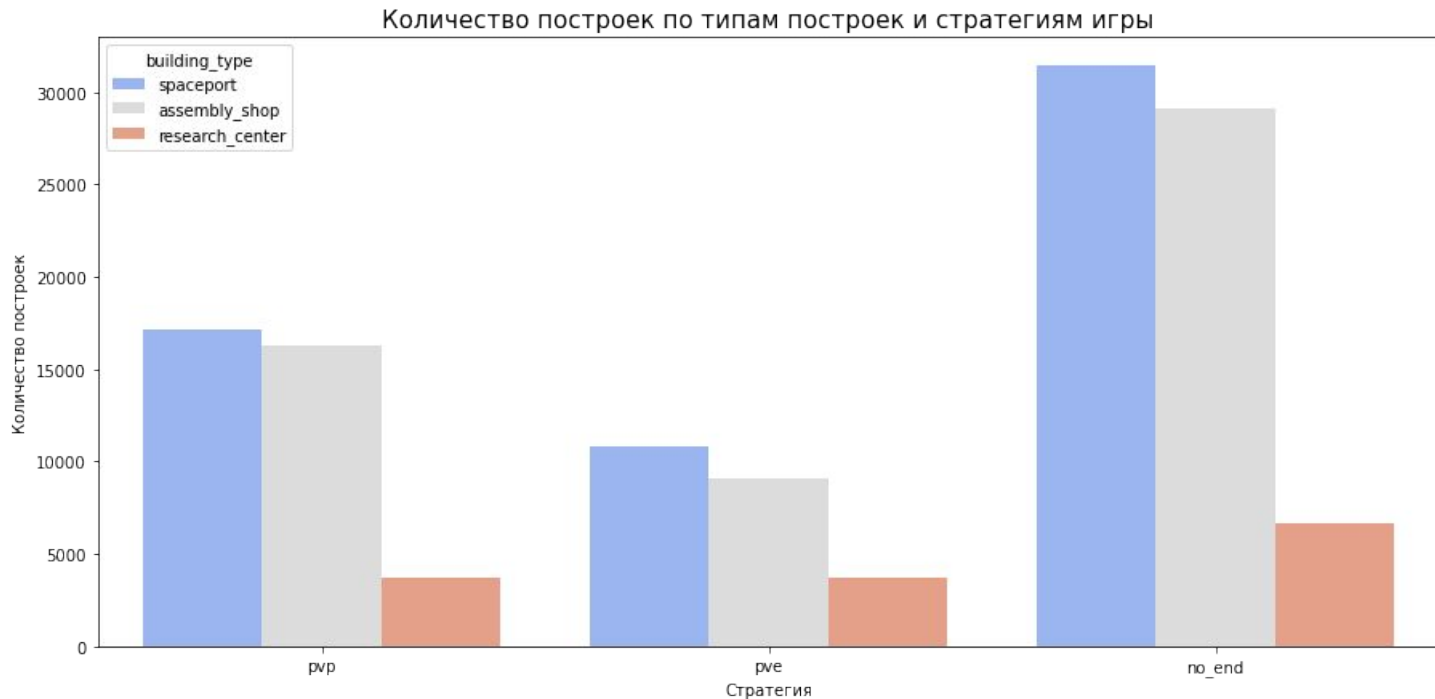
Сегментация пользователей по сценариям игры



- 1866 игроков завершили уровень
построив космическую
орбитальную станцию(pve)

- 3951 игроков завершили игру
победой над другим игроком(pvp)

- 7759 пользователей не закончили
первый уровень(no_end)



Всего построек - 127956.

Чаще всего пользователи строят космопорт - 59325 раз, а исследовательский центр строят в 4 раза реже - 14137 раз

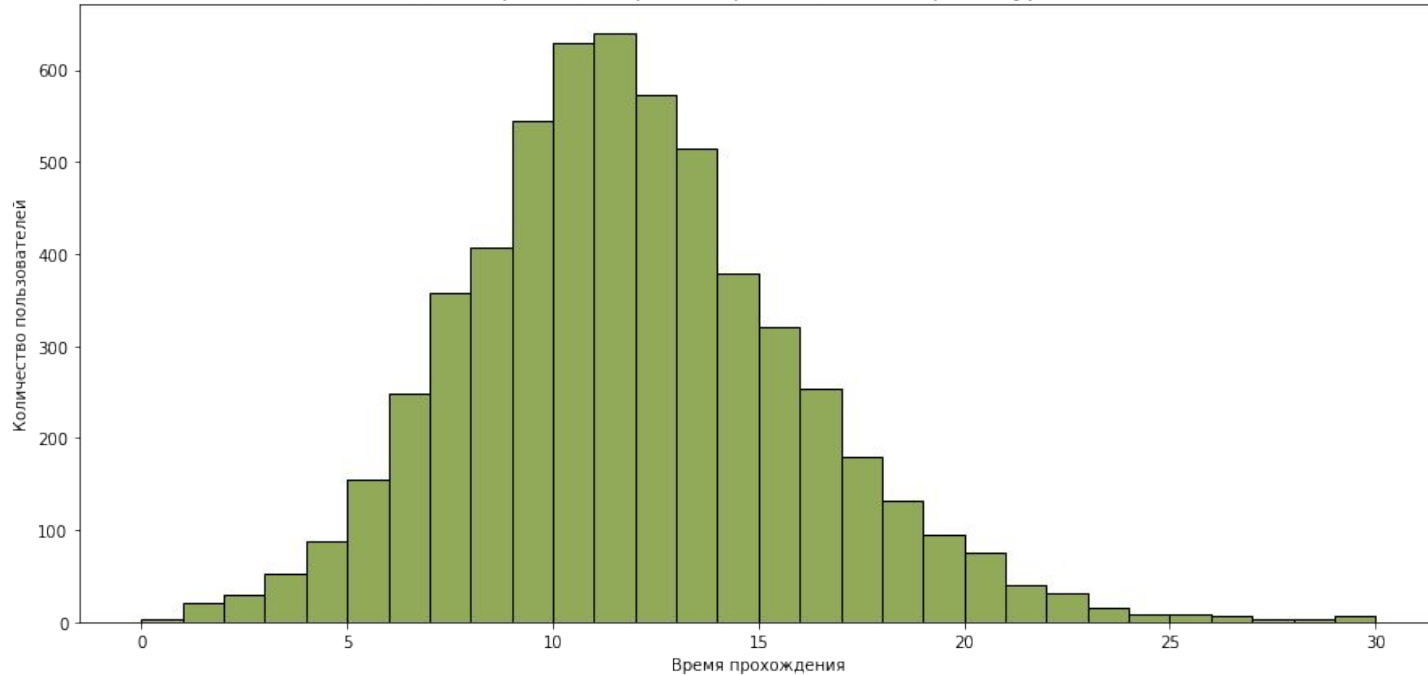
Пользователей rvr больше, поэтому суммарно они обгоняют пользователей rve, но в среднем rvr строят меньше

Различие в активности пользователей

Пользователи, которые выбирают пройти уровень построив космическую орбитальную станцию тратят на прохождение 13 дней, а пользователи, предпочевшие победить другого игрока - на 3 дня меньше (10 дней).

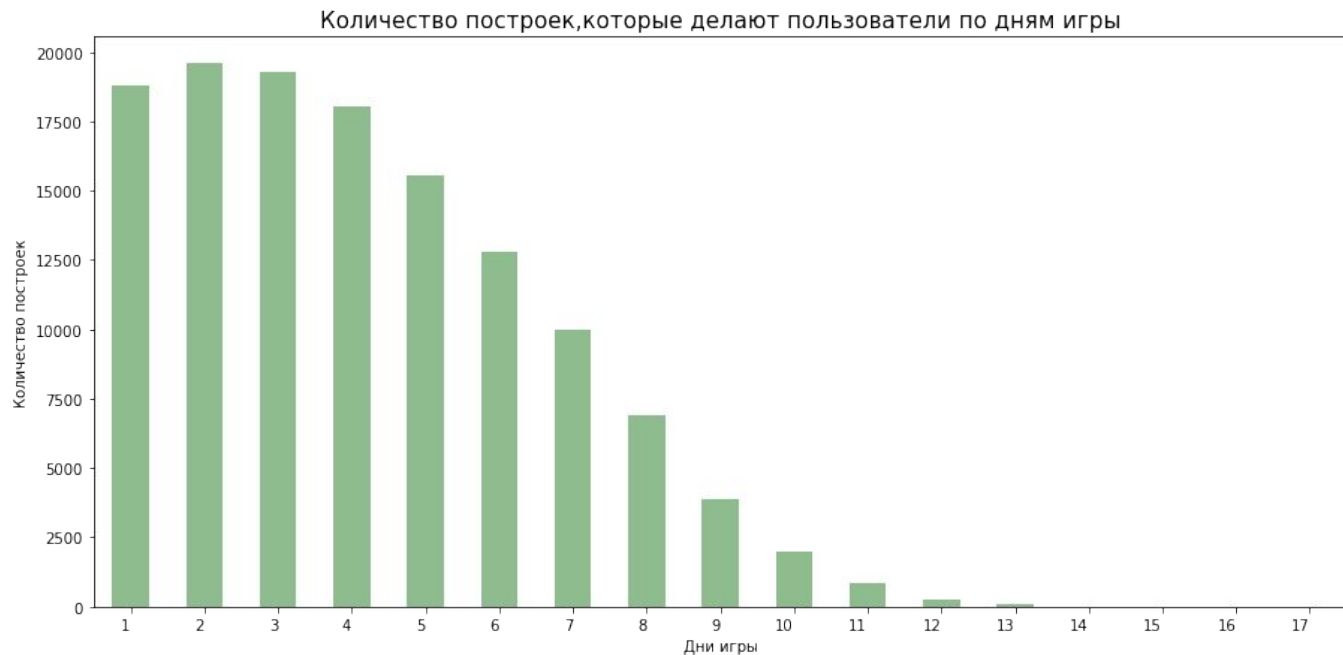
При прохождении уровня путем победы над другим игроком строят меньше построек, в среднем - 9,4. А при победе через строительство орбитальной станции - 12,6.

Гистограмма скорости прохождения первого уровня



Минимальное
время - 9 часов 40
минут,
максимальное - 30
дней.

В среднем - 11 дней.



Количество построек уменьшается со временем, в первый день игры пользователи построили 18808 построек.

В первые 5 дней строят активно, а потом количество построек стремительно падает

	Количество показов рекламы	Выручка
Показ начиная с 1 дня игры	127956.0	8956.92
Показ начиная с 2 дня игры	109148.0	7640.36
Показ начиная с 3 дня игры	89569.0	6269.83
Показ начиная с 4 дня игры	70302.0	4921.14
Показ начиная с 5 дня игры	52281.0	3659.67
Показ начиная с 6 дня игры	36710.0	2569.70
Показ начиная с 7 дня игры	23933.0	1675.31
Показ начиная с 8 дня игры	13968.0	977.76
Показ начиная с 9 дня игры	7091.0	496.37
Показ начиная с 10 дня игры	3191.0	223.37
Показ начиная с 11 дня игры	1213.0	84.91
Показ начиная с 12 дня игры	374.0	26.18
Показ начиная с 13 дня игры	95.0	6.65
Показ начиная с 14 дня игры	19.0	1.33
Показ начиная с 15 дня игры	6.0	0.42
Показ начиная с 16 дня игры	1.0	0.07
Показ начиная с 17 дня игры	0.0	0.00

Для окупаемости рекламу нужно начинать показывать не позже второго дня игры.

Показ не с первых минут игры позволит уменьшить негатив пользователей от взаимодействия с рекламой.