

Казуальные игры: e-FMCG



Роман Поляк
директор по развитию
Alawar Entertainment

Казуальные игры



Казуальные компьютерные игры — это модное развлечение, которым охвачен весь мир. Их отличают простые правила, небольшой объем дистрибутива и затягивающий игровой процесс, от которого трудно оторваться.



Популярные жанры



Бизнес

- Симуляторы менеджмента

Головоломки

- Логические загадки
- «Собери три одинаковых»
- Поиск предметов

Стрелялки

- Зачистка местности

Бегалки

- Собираение предметов



Рынок продаж казуальных игр



Международный рынок продаж:

- По оценкам Casual Games Association оборот международного рынка за 2008 год составил ~ \$2,7 млрд.;
- Самый крупный рынок — страны Северной Америки (более 70% мирового объема продаж);
- Аудитория казуальных игр в мире — 250 млн. человек;
- Ядро аудитории — женщины, 35+.

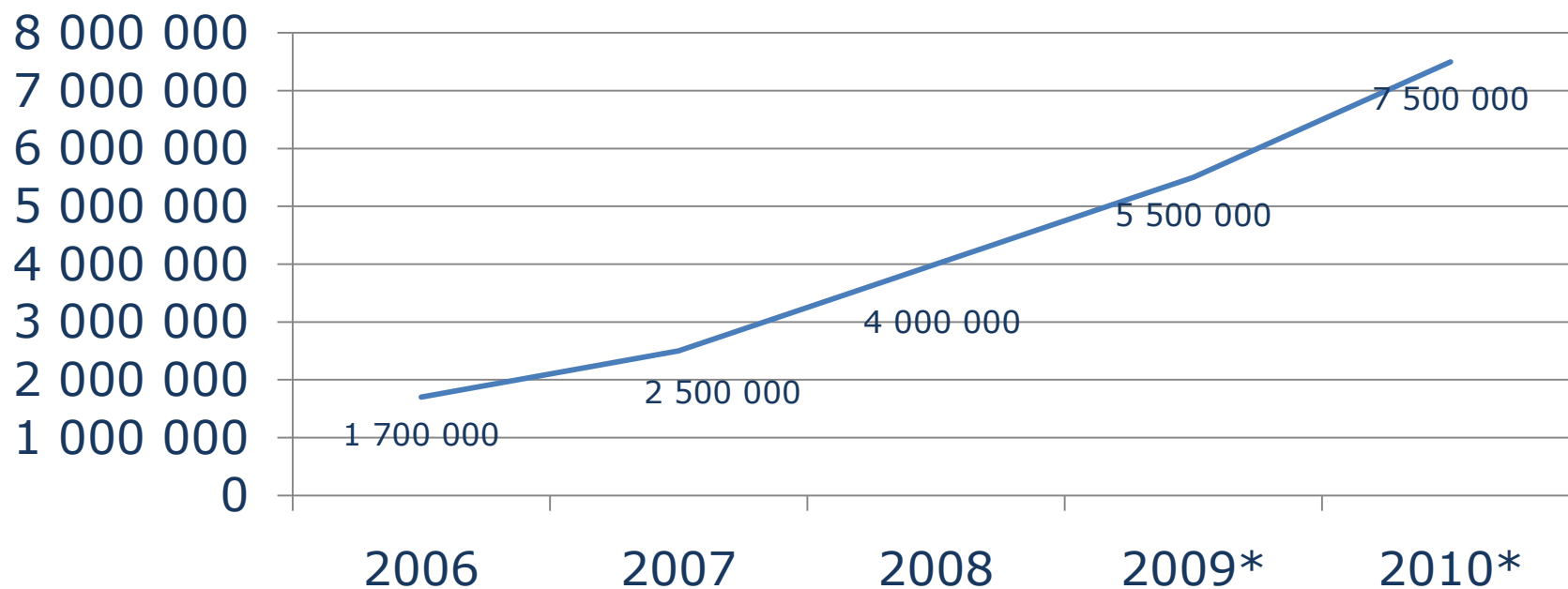
Российский рынок продаж:

- По оценкам IKS-consulting оборот российского рынка продаж составил:
 - ✓ 2007 год — около \$10 млн.;
 - ✓ 2008 год — около \$25 млн.;
 - ✓ 2009 год — порядка \$32 млн. (прогноз Alawar).

Тенденции и прогнозы в Рунете:

- В ближайшие два года темпы роста рынка сохранятся;
- Дальнейший рост будет находиться в прямой зависимости от увеличения числа компьютеров и широкополосных подключений на душу населения.

Дистрибуция в Рунете

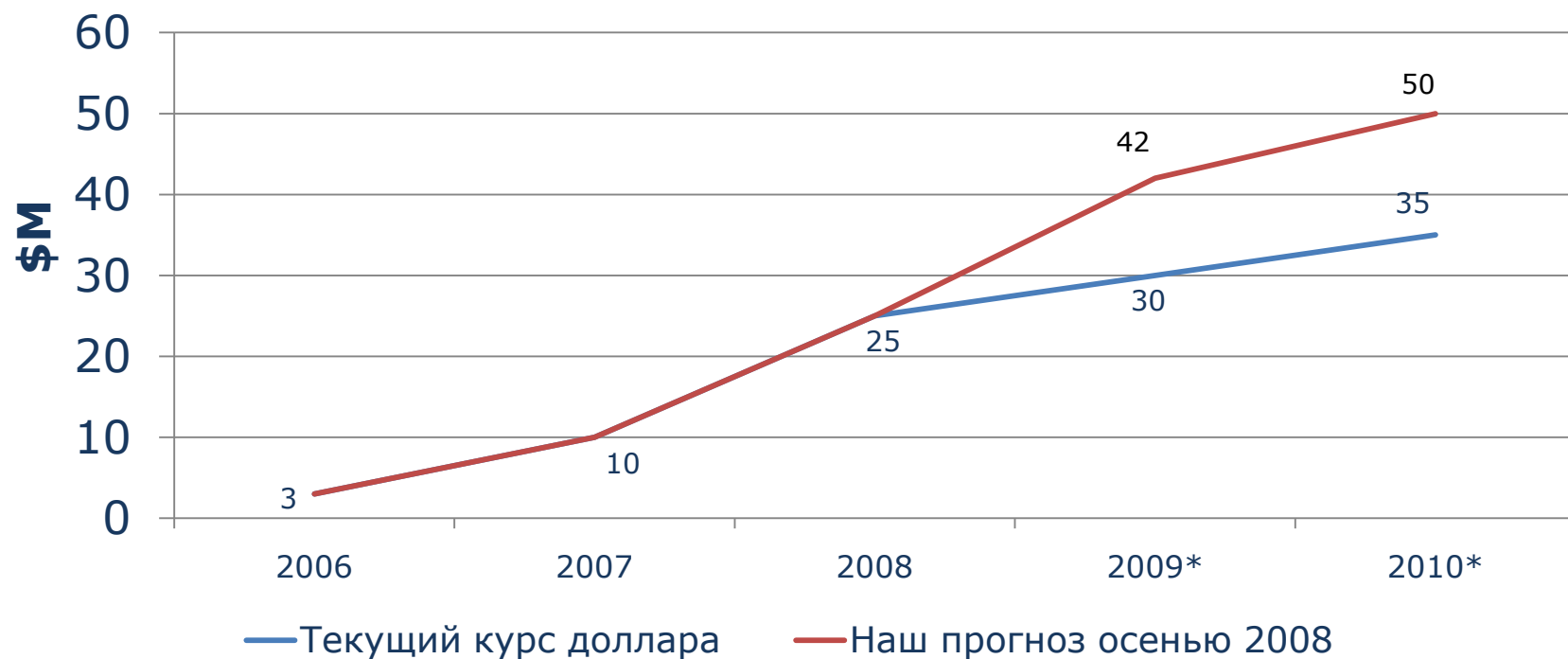


— Количество проданных копий казуальных игр

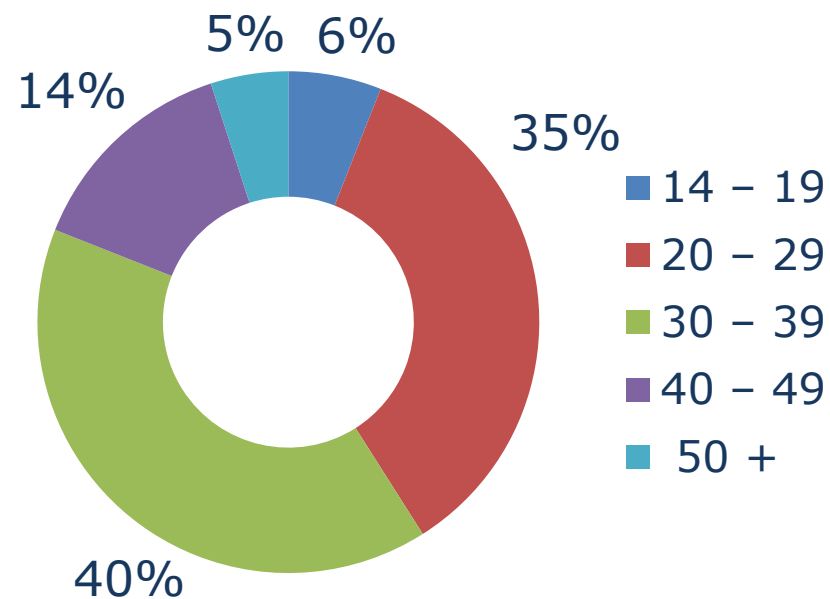
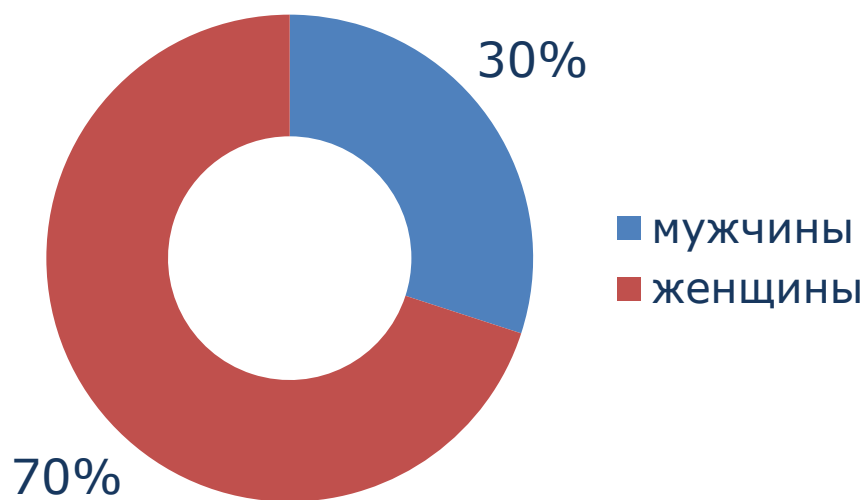
Объем российского рынка продаж



Падение курса рубля и гривны скорректировало рост рынка



Кто играет?



Ядро целевой аудитории в Рунете



Пол: женщины

Возраст: 20-39 лет

Образование: высшее/незаконченное высшее

Род занятий: служащие/специалисты

Семейное положение: замужем

Наличие автомобиля: есть

Количество компьютеров: один на семью



Отдельно следует выделить категорию женщин в возрасте старше 40 лет, являющихся наиболее активными потребителями.

Роли на рынке



- Разработчик;
- Издатель;
- Дистрибутор;
- Сайт-партнер;
- Агрегатор платежей;
- Покупатели.

Дистрибуция игр в Рунете



Казуальные игры распространяются в компьютерных сетях методом цифровой дистрибуции (условно-бесплатная модель).

Достоинства цифровой дистрибуции:

- Удобство для покупателей;
- Автоматизация процесса продаж;
- Бесконечный срок реализации игры.

2 шага конверсии



1) Скачать игру

2) Купить игру

- Среднее отношение числа скачавших игру к числу посетителей раздела — 110%;
- Средняя конверсия по российскому рынку (соотношение купивших игру к скачавшим) — 4%;
- В среднем, доход с одного посетителя при правильном размещении раздела составляет — \$0,013.

Процесс покупки



- Пользователь скачивает и устанавливает игру;
- При первом запуске устанавливается демонстрационное время игры;
- По окончании демонстрационного времени игроку предлагается активировать полную версию игры;
- После оплаты игры пользователь получает активационный код, который снимает все ограничения.



Методы оплаты



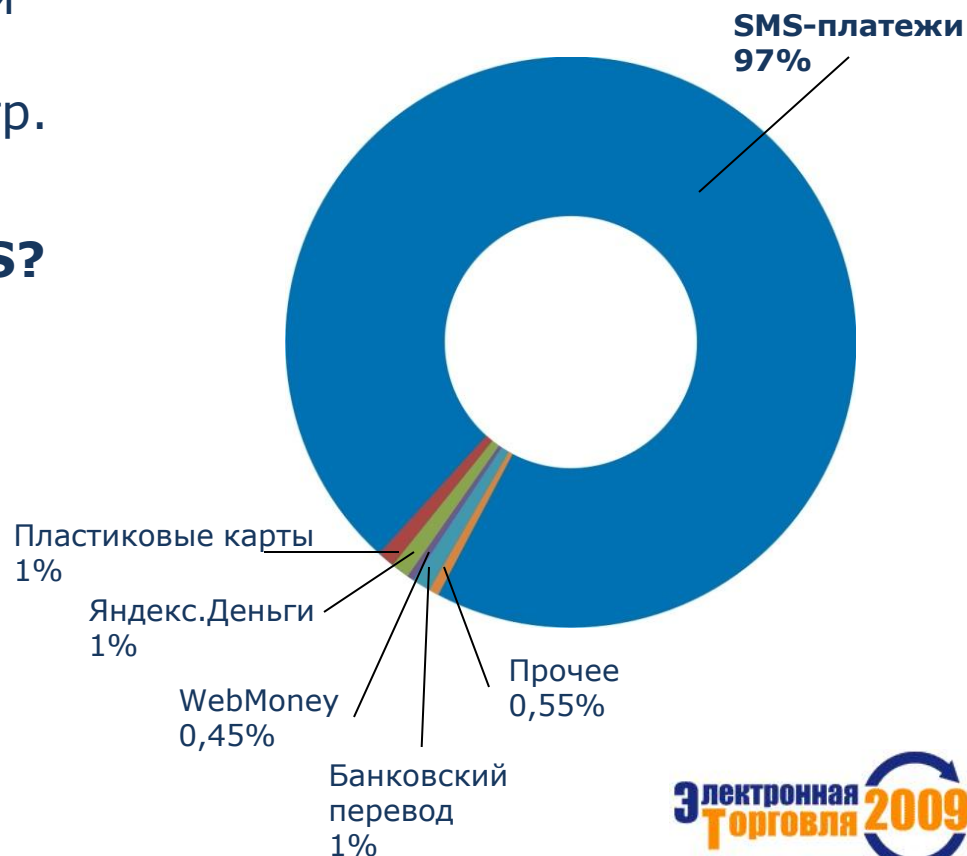
Как происходит оплата?

- Оплата через SMS — самый доступный и популярный способ покупки простых игр.

Зачем нужны другие способы оплаты кроме SMS?

- Для удобства пользователей.

Типы платежей, 2009 год



Основные драйверы роста



- Выросло число веб-ресурсов с разделами с казуальными играми;
- Стоимость казуальной игры — 180 рублей (эмоциональная покупка, небольшая стоимость, не экономят);
- Высококачественный контент (под старые прогнозы);
- Расширение географии продаж;
- Активный рост ШПД в 2008 году.

Ставка на партнеров



Варианты развития:

- Развитие собственного ресурса;
- Развитие через партнерскую программу (партнер получает 50% от прибыли за каждую игру, проданную с его сайта).

Пример: ~180 рублей стоит игра в России.



Как работает программа



Подробности

Must have на нашем примере:

- ГОТОВЫЙ ПОСТОЯННО обновляемый контент;
- онлайн-статистика;
- партнерский кабинет;
- авансовая схема начислений, вывод любой суммы больше \$50;
- онлайн тех. поддержка;
- легальность контента.

The screenshot shows the Alawar Games website interface with several callouts highlighting key features:

- Онлайн-версии хитовых игр** (Online versions of hit games)
- Игры рассортированы по жанрам** (Games are sorted by genre)
- Скачивание игр без ухода с сайта** (Download games without leaving the site)
- Регулярное обновление коллекции** (Regular collection updates)
- Автоматический рейтинг игр для каждой витрины** (Automatic game rating for each storefront)
- Группировка игр по предпочтениям игроков** (Grouping games by player preferences)
- Полные тексты описаний** (Full descriptions)
- Скриншоты игр** (Game screenshots)

The interface includes sections for "Онлайн Игры" (Online Games), "Новые простые игры" (New simple games), "Топ 10 простых игр" (Top 10 simple games), and "Игроки рекомендуют" (Players recommend). Games listed include "Веселая ферма 2", "Танчики", "Римская империя", "Небесные острова", "Стильные девчонки. Бизнес", "Крошечные ужи", "Узнай ферма", "Построй-ка 2. Город мечты", "Страна лазаев", "Маджик", "Кекс-вол", "Скитальные девчонки. Бизнес-лид", "Космические рыцари", and "Секретная Монтессуми".

Дополнительные маркетинговые инструменты

- Логотип партнера может быть размещен как ярлык на «Рабочем столе» игрока и в Alawar Wrapper — программе, предваряющей загрузку игры.
- Партнерам бесплатно доступны наборы готовых рекламных баннеров различных размеров.





Законы защиты прав
потребителей завтра на
хлеб не намажешь.

Е.Чичваркин



Спасибо за внимание!

Вопросы?

Роман Поляк, r@alawar.com