



Mysticism Games

Mysticism Games – разработчик компьютерных игр.

Компания имеет следующий логотип: парящий в правую сторону ворон в круге, переливающимся цветом от небесно-голубого оттенка до тёмно-синего.

Определение маркетинга.

Маркетинг – это искусство и наука в том, чтобы правильно выбирать свой рынок, привлекать, сохранять и наращивать потребителей посредством создания у покупателей уверенности в том, что они представляют собой наивысшую ценность для компании

Роль маркетинга

- Компании необходимо выпускать продукты в постоянно меняющемся мире игрового маркетинга, который обладает следующими особенностями:
- 1) Огромная аудитория, неравномерно поделённая между платформами
- 2) Разные ценности, важные для потребителей
- 3) Огромная конкуренция (особенно в сегментах Mobile/PC)
- 4) Высокая стоимость разработки (Console)
- 5) Ограниченность временных/денежных ресурсов потребителя
- 6) Высокая степень пресыщения потребителей

Роль маркетинга в игровой индустрии подобрать аудиторию к игровому продукту и качественно разрекламировать его. Аудитория постоянно расширяется. А это значит, что продукты должны подходить, как и новичкам, так и пресыщенным потребителям. Крайне сложно найти баланс между сложностью игры и её адаптивностью. Низкая сложность понизит интерес опытных игроков, а низкая адаптивность понизит интерес новичков. Сочетания этих двух измерений называют играбельностью.

Группы маркетинга

1. Ареал продаж – весь мир.
2. Средний возраст потребителей 35 лет. Потенциальные покупатели – люди всех возрастов, любого достатка и любых политических воззрений.
3. Электронное продвижение товара и сарафанное радио – основные способы. Также возможно агитационно-политическое продвижение. Также налажено сотрудничество по рекламе с the game shop.



- Четвертая группа включает в себя тактические и стратегические маркетинговые планы. Если группы разработчиков маленькая, то изначально она отдаёт все усилия на разработку основного качественного продукта. И, если он будет успешен, то можно будет начать создание новых небольших игр по тематике успешного большого проекта, чтобы на гребне популярности их продать.
- Также есть возможность в случае огромной популярности какого-либо игрового продукта и отсутствия средств к нему организовать фонд для пожертвований и продажи неготового продолжения, к которому в дальнейшем будут приходить обновления. То есть игрок будет платить за то, чтобы быть бета-тестером.
- Кроме этого можно организовать разработку продолжение успешного продукта в стиле коммунизма. Фанаты игры: разработчики, добровольные программисты, дизайнеры и прочие энтузиасты совместными усилиями создают игру взамен за своё имя в титрах и бесплатную копию игры. Вся прибыль достаётся разработчикам.
- Планы по выпуску какой-либо игры в какой-то период времени неэффективны. Это связано с тем, что программисты, как правило, не вкладываются во временные рамки. Как следствие уменьшается качество продукта и его популярность. Единственно правильным решением может быть придержание уже готовой игры, чтобы её можно было выпустить на игровой рынок в более подходящий момент.




ПО для маркетинга

- Для маркетинга компьютерной игры необходима сама игра или её сырой вариант. Это и есть основное ПО служащее для рецензии. Далее следуют всевозможные программы, с помощью которых разрабатывался продукт. В частности используются такие программы, как: Blender Portable, GIMP 2, Dev-C++, Inkscape, Aris Express... Они могут пригодиться для создания рекламного ролика. Интернет и игровые сайты в нём послужат для распространения рекламы.

№	Лого	Название	Год созд.	Содержание сайта				Популярность (посетителей за месяц)
				Новости	Статьи	Оценки	Разное	
1		PlayGround.ru 	2001	новости	статьи	оценки		5 425 840
2		KaNoBu.ru 	2008	новости	статьи	оценки		2 359 585
3		DTF.ru 	1999	новости	статьи		индустрия	2 250 300
4		GameGuru.ru 	2002	новости	статьи	оценки		1 645 000
5		StopGame.ru 	1999	новости	статьи	оценки		1 272 764
6		CyberSport.ru 	2010	новости			киберспорт	1 095 000
7		GoHa.ru 	2003	новости	статьи	оценки		1 036 787
8		Igromania.ru 	1997	новости	статьи	оценки	журнал	1 036 787
9		Coop-Land.ru 	2011	новости	статьи		игры на двоих	860 462
10		Shazoo.ru 	2009	новости	статьи			842 633

Маркетинговая макросреда и микросреда

В качестве сферы продаж изначально выбирается Российская Федерация и англоговорящие страны. Если успех продукта будет распространяться и дальше, то будут проходить локализации стран бывшего СССР и Российской Империи. А затем для всего мира. Для вытеснения конкурентов будут производиться игры с минимальным количеством файлов.

A world map with a blue outline, highlighting several regions in black. These regions include North America, the United Kingdom, and parts of Europe and Asia, representing the initial target markets for localization.

Место	Компания	Страна
1	Blizzard Entertainment	США
2	Nintendo	Япония
3	Rockstar North	Британия
4	EA Canada	Канада
5	Capcom	Япония
6	Ubisoft Montreal	Канада
7	Treyarch	США
8	Infinity Ward	США
9	Epic Games	США
10	Bethesda Softworks	США

Используются новейшие технологии, идущие на опережение. Необходимы мощные современные компьютеры и сервера, а также постоянное подключение к электричеству и интернету.

Высокая стоимость разработки на этапе создания игры, поскольку это долгий и трудоёмкий процесс. Низкая стоимость поддержки игры, из-за небольших изменений.

Запрещено в Украине из-за экономической блокады.



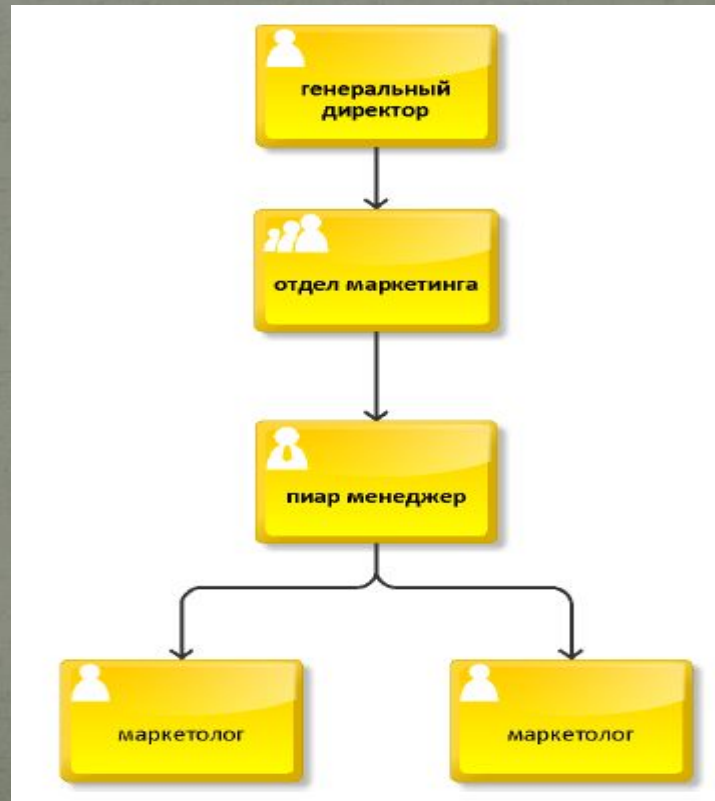
Нет природных факторов.

Аудитория постоянно растёт. Средний возраст потребителей 35 лет, который в будущем поднимется ещё выше. Появление новых покупателей в молодых поколениях.

Запрещено в КНР, так как что не разрешено, то запрещено.

маркетинговая структура организации

- Отдел маркетинга подчиняется генеральному директору. Глава отдела – пиар менеджер. Ему подчиняются два маркетолога. Первый отвечает за изучение рынка, планирование рынка и сбыт, а второй за покупательский спрос и рекламу.



Ценовая политика



- В индустрии компьютерных игр цены должны быть гибкими, поскольку большинство пользователей не готово заплатить большую денежную сумму за продукт. Для тех, кто готов много заплатить, создают коллекционный набор игры. В основном в него входит копия игры, которая не сильно отличается от обычной и фигурки, карты и прочие физические вещи из игры. Цену на этот набор обычно сильно завышают. Также бывают попытки продавать платные дополнения, но получив прибыль, такая компания теряет популярность и уважение клиентов. Игроки возмущаются обманом. Ведь им приходится покупать продукт по частям.
- Намного эффективней будет завлечь игроков условно-бесплатной онлайн или сетевой игрой, а затем получать прибыль за дополнительные преимущества в игре и игровую валюту. В случае платной многопользовательской игры есть риск, что интернет – пираты решат заработать, скопировав игру и создав свой собственный - бесплатный сервер. Таким образом, нарушители лишат правообладателей игрового продукта не только новых пользователей, но и части старых, которые решили перейти на бесплатный сервер.

- Наша ценовая политика на примере онлайн ммо рпг «Покорённый мир» будет следующей: Платная версия игры стоит 1500 рублей. Возможность создать только 1 персонажа. Никаких платных дополнения и подписок.
- Игровая валюта будет разделена на 2 категории. Первую можно будет добывать во время игры, а вторую есть возможность только купить за реальные деньги.
- За вторую валюту можно будет купить уникальных персонажей и уникальные предметы на аукционе и по фиксированным ценам.



Рекламная акция

- 1. В качестве примера будет рассмотрена рекламная акция многопользовательской онлайн игры «Покорённый мир». Изначально разработчики создают игровой продукт, не заявляя игровой аудитории о существовании игры. Маркетолог подбирает подходящий момент, когда не выходят аналогичные продукты конкурентов. За полгода до него начинается реклама, во время которой разработчики исправляют последние багги и ошибки, а также вносят корректировки.
- 2. В качестве рекламы выходят в интернет видео ролики из игры с описанием новых революционных возможностей, которые представляют продукт в лучшем свете. Игра связана с политикой. Нужно проводить рекламу вместе с политической агитацией. (Пропаганда не должна быть глубокой, а скорее стереотипной, поверхностной и разносторонней.) За два месяца до выпуска выходит качественная демо-версия игры. За месяц до выхода продукта привлекаются газетные редакции, интернет-порталы, игровые блогеры для рецензий на полную версию игры.
- 3. К началу выпуска разработчики добились полного или почти полного отсутствия ошибок в продукте. И вот выпускается платная версия игры с платными дополнительными возможностями. Потенциальные клиенты, неготовые платить за игру негодуют. Выпускается ещё больше дразнящих потенциальную аудиторию правдивых рекламных роликов, демонстрирующих качество и многофункциональность игры. Программисты исправляют последние багги и глюки, найденные при помощи игроков.



- 4. При условии, что игровой продукт популярен, через полгода после выпуска, запускается «пиратская» условно-бесплатная версия игры. Игра позиционирует себя как нелегальная, но в реальности она принадлежит правообладателям. В ней должно быть в два раза больше серверов, чем в официальной игре. Следует их заранее приготовить и запускать по мере заполнения. Не следует выпускать официальную условно-бесплатную версию, поскольку запретный плод сладок. Хотя на самом деле ничего незаконного в этом не будет. Тем самым, компания монополизировала «пиратские» и официальные сервера онлайн - игры. Неофициальные сервера необходимо использовать для тестирования дополнений на ошибки и их исправления. А на официальных серверах выпускать дополнения позже и без ошибок.
- 5. Соперничество «пиратских» и официальных серверов можно использовать для рекламы. К примеру, пропаганда против «конкурента», взаимные обвинения, ложные судебные разбирательства. (Неофициальный сервер должен побеждать в суде.) Конфликт будет привлекать новых пользователей. В дальнейшем можно будет привлекать стороннюю рекламу в игру, чтобы получать отчисления за неё. Рекламу следует использовать на экранах загрузки.

Описание игры.

Возможность строить дома и замки законно и незаконно.

Возможность осуществлять рейдерский захват домов, замков, городов, стран и прочего.

Наличие религий и их роли в мировой политики. (Существуют нереальные религии. Изменять их или создавать новые - нельзя.)

Возможность осуществлять революции, восстания, сепаратизм, завоевания и религиозные походы.

Возможность участвовать в военных конфликтах непричастным к ним игрокам.

Возможность устанавливать собственные политические режимы и законы в странах главам фракций.

Возможность создавать армии из NPC, настраивать обмундирование.

Наличие экономики, налогов, торгового состояния населённых пунктов.

Динамичный постоянно меняющийся мир.

Возможность создания своего собственного игрового класса.

Возможность провозглашения собственного государства.

Высококачественная 3D графика.

Возможность управления от 1 лица, 3 лица и при командовании армией – стратегический режим.

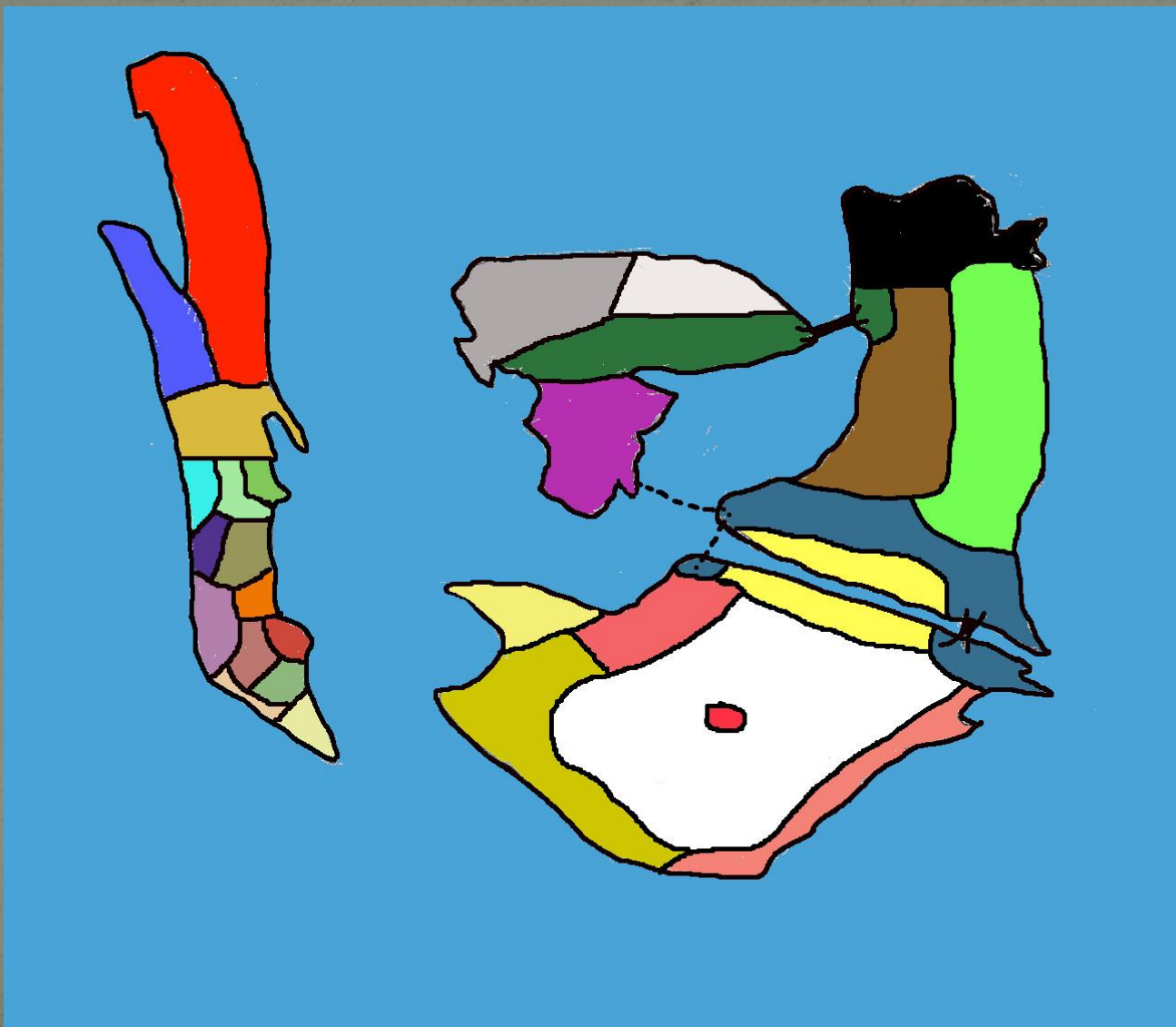
Полноценное мародерство – у мёртвых NPC и игроков можно забирать всё.

Описание предыстории игрового мира

- Изначально мир был разделён на небольшие национальные государства, но потом напали драконы. Позже появился Князь Тьмы, который подчинил драконов, захватил весь мир, установил всемирную божественную монархию, уничтожил некоторые биологические виды, заставил всех говорить на одном языке и учиться писать, читать и считать, построил города, дороги, мосты, тоннели и поработил всех несогласных с новыми порядками. Последним очагом сопротивления был Тире, где скопились все враги нового режима. Князь Тьмы так и не смог покорить его и после второй попытки захвата подписал договор о присоединении Тире к Империи Тьмы на их условиях. После обретения мирового господства сил Тьмы драконы улетели.
- Несколько веков спустя появляется некий Алый Ворон, который устраняет всю верхушку Империи Тьмы, устраивает восстания и революции по всему миру, мотивируя это борьбой с рабством. После победы лидер восстаний возвращает с того света большую часть своих сторонников и бесследно исчезает, оставляя мир в разлухе.
- Тысячелетие спустя появляется новый Князь Тьмы, создаёт небольшое Княжество Тьмы и объявляет о намерениях возродить былую империю. Вторгаются силы Хаоса из другого мира с целью захвата и геноцида всего живого. Объявляется Алый Ворон, который выдаёт себя за того самого великого революционера, и пытается сколотить союз против Хаоса, включив в него Империю Тьмы.
- Основную цель игры выбирает сам игрок. Можно прогнать Хаос или помочь ему осуществить свои планы. Имеется возможность покорить мир за любую из многочисленных фракций за любой политический режим или создать свой. Также в качестве цели можно выбрать установление единственно верной религии или политического режима. На протяжении игры есть возможность менять стороны.

Подробное описание игрового мира и сюжета расположено на сайте www.conquered-world.com

Карта покоренного мира





Спасибо за
просмотр.