

SZKOLENIE ŚREDNIO ZAAWANSOWANE

Tworzenie darmowych gier

GD/F2P

Czas trwania: 2 dni (16h)

Tworzenie gier opartych o model biznesowy free to play

Cele szkolenia

- Aspekty gry na jakie trzeba zwrócić uwagę tworząc grę darmową
- Omówienie sposobu monetyzacji gier free to play, sposoby na utrzymanie gracza przy naszej grze oraz zachęcanie nowych graczy do jej pobrania
- Rynek gier darmowych na platformach mobilnych oraz jak znaleźć sobie na nim kawałek miejsca dla siebie

Zalety

- Szkolenie ma na celu nauczyć uczestników zasad panujących przy tworzeniu gier free to play oraz sposobów na optymalizację płynących z nich zarobków
- Praktyka przed teorią - wszystkie szkolenia technologiczne prowadzone są w formie warsztatowej. Konieczna teoria jest wyjaśniana na przykładzie praktycznych zadań
- Konkretność umiejętności - w ramach każdego szkolenia rozwijamy praktyczne umiejętności związane z daną technologią i tematyką
- Nauka z praktykami - wszyscy trenerzy na co dzień pracują w projektach, gwarantuje to dostęp do eksperckiej wiedzy i praktycznego know-how

Dla kogo?

- Szkolenie zostało stworzone z myślą o osobach które interesują się tworzeniem darmowych gier opierających swoją monetyzację na reklamach i mikropłatnościach

Wymagania

- Podstawowa znajomość rynku gier komputerowych

Program

1. Czym są gry free to play
 - a. Analiza rynku
 - b. Podgatunki gier f2p
 - Hyper-Casual
 - Casual
 - Mid-Core
 - Hard-Core
 - c. Games as service
2. KPI w grach free to play
 - a. Akwizycja w darmowych grach
 - b. Czym jest retencja
 - c. Sposoby monetyzacji
 - d. CPI, ARPDAU, LTV



3. Pozyskiwanie graczy
 - a. Pozyskiwanie organiczne
 - b. Optymalizacja ASO
 - c. User acquisition
4. Optymalizacja CPI
 - a. Youtubability
 - b. Accessibility
 - c. Virality
5. Optymalizacja retencji
 - a. Mechaniki D1
 - b. Mechaniki D7
 - c. Mechaniki D30
6. Metody monetyzacji gier f2p
 - a. Reklamy w grach darmowych
 - Banner
 - Interstitial
 - Rewarded Video
 - Cross-Promotion
 - b. Pomiar efektywności reklam
 - eCPM
 - ARPDAU
 - LTV
 - c. Prezentowanie reklam
 - Moment prezentowania reklam
 - Wyłączenie reklam
 - Częstotliwość prezentowania reklam
 - Optymalizacja wpływu na retencję
 - d. Mikropłatności
 - e. Subskrypcje
 - f. Special Offers
 - g. Wieloryby, Delfiny i Płatki
7. Analizowanie gier f2p
 - a. Popularne systemy analityki do gier
 - b. Implementacja pomiaru KPI
 - c. Co mierzyć w grach free to play
8. A/B testy w darmowych grach
 - a. Czym są A/B testy
 - b. Jak przeprowadzać A/B testy

