

"Хм, неожиданно!"

Внутри арендованного дома Чэнь Ксу слегка удивился, увидев статистику продаж в фоновом режиме своей официальной платформы.

Поскольку весь объем информации увеличивался, некоторые из них превысили его ожидания.

В первый день было продано 162 копии, что не так много, но и не так мало.

На второй день объем продаж увеличился примерно в 4 раза, достигнув в общей сложности 610 продаж.

Основная причина этого — его реклама.

При бюджете в 20 000 юаней обычная реклама определенно не сможет выйти на рынок.

С одной стороны, денег недостаточно, а с другой стороны, у игры есть некоторые особые особенности.

Поэтому Чэнь Ксу взглянул за границу, на форум, который часто посещают джентльмены.

В конце концов, для Чэнь Ксу всё, что ему нужно, — это реклама.

Что касается метода, то это относительно примитивный элитный пост.

Чэнь Ксу и в мыслях не было проводить полномасштабную сетевую «бомбардировку».

Потому что это не очень хорошо работает и может иметь неприятные последствия.

Поэтому подход Чэнь Ксу заключается в покупке аккаунтов и переходе в элиту.

Он покупает старые аккаунты на форуме и публикует комментарии.

После публикации появляются другие пользователи с других платформ, которые оценивают содержание поста.

Конечно, самый важный момент заключается в том, что качество игры должно пройти проверку.

Иначе такой метод рекламы не так прост в использовании, как полномасштабная сетевая «бомбардировка».

Самый важный момент для успеха этой модели — превратить игроков, узнавших об этой игре, в дружественные войска и позволить им спонтанно рекламировать игру своим друзьям и знакомым джентльменам.

В своей предыдущей жизни как профессиональный гейм-дизайнер и честный игрок Чэнь Ксу, естественно, понимал эту истину.

Что касается игроков, что их интересует?

Очень простая теория: как игроки, большинство из них любят делать одну вещь.

То есть в обычных играх они делают кое-что цветное, а в цветных играх — кое-что обычное.

Это чувство контраста можно назвать тем, что заставляет этих игроков не униматься.

Это похоже на анекдот от сетевого игрока: два хобби мужчин — затащить в воду дом Ляна и уговорить Чэнь Хуа следовать за добром.

То же самое касается игроков.

Всегда есть игроки, которые любят делать что-то хитрое в игре.

Конечно, только этого мало для того, чтобы игра стала успешной, а в итоге всё зависит от качества игры.

Но по крайней мере эта особенность может побудить игроков войти в неё, и этого достаточно.

Судя по продажам «Magic Mirror», такой рекламный ход в настоящее время можно считать успешным.

В конце концов, выбор этой игры Чэнь Ксу тоже был тщательно продуман.

Как обстоит дело с характеристиками конкурирующих продуктов того же типа на рынке, отличаются ли предпочтения джентльменов от предыдущей жизни, в том числе платформу для продажи и осуществимость продвижения — всё это было изучено заранее.

Всеми этими вопросами Чэнь Ксу уже занимался.

При таких обстоятельствах можно сказать, что успех «Magic Mirror» полностью находится во власти Чэнь Ксу.

Единственное, чего он не ожидал, так это того, что энтузиазм джентльменов оказался намного выше, чем думал Чэнь Ксу.

Второй день продал 610 копий, и Чэнь Ксу считал, что этот рост — только начало.

Со временем "сарафанное радио" среди игроков обязательно немного увеличит продажи «Magic Mirror».

— Что ж, судя по этой модели, деньги, задолженные платежным программным обеспечением, будут погашены напрямую на следующей неделе.

— К счастью, метод расчета на зарубежной официальной платформе — кредит в режиме реального времени. Как только игрок проходит период возврата, оплата может быть напрямую зачислена на счет.

— Однако так же, как и в прошлой жизни, канал сторонней платформы действительно немного трудно превзойти.

Думая об этом, Чэнь Ксу не мог не облизнуть губы.

Официальная игровая платформа взимает 30% комиссии, в основном за ежедневную техническую поддержку платформы, а также за обновление игрового движка и разработку новых технологий.

Что касается других сторонних игровых платформ, то тут все гораздо сложнее.

Особенно, когда речь идет о мобильных каналах, там они обычно начинаются с 50%.

Некоторые из них даже открыто берут 73%, конечно, это должен быть разработчик 3, а платформа получает 7.

Это также соответствует Гусиной ферме в прошлой жизни и каналам крупных магазинов мобильных приложений.

Однако, естественно, есть определенные преимущества - дело в том, что число пользователей этих сторонних платформ в действительности велико, к тому же там мало официальных рекомендаций, да и алгоритмы ненаучны.

Поэтому, хотя многие из этих платформ имеют более высокий доход, игровые студии и компании все еще зарабатывают.

Просто мы можем только отведать суп, а все мясо достается каналам платформы.

Однако для нынешнего Чэнь Сю эти платформы привлекли лишь немного внимания, что абсолютно бессмысленно.

Это не значит, что я считаю его слишком суровым и не хочу идти.

На самом деле, если вы действительно хотите добиться успеха, накопление средств на ранней стадии определенно будет быстрее.

В первую очередь потому, что игра "Волшебное зеркало" немного особенная: она не получит рекомендаций, даже если будет на платформе.

Конечно, это относится к внутренним платформам, на зарубежных же платформах ограничения не такие строгие.

А когда есть официальная платформа, нет необходимости обращаться к сторонним каналам.

Потому что среди тех поставщиков отечественных платформ у заграничных на самом деле нет большого влияния.

Их основное направление - в стране.

.....

С полудня до вечера в течение этого периода Чэнь Сю следил за данными продаж игр.

Этот период также является основным временем для роста продаж.

Обновляя данные в фоновом режиме каждый час, можно увидеть, что объем продаж "Волшебного зеркала" неуклонно растет.

В предыдущий час было добавлено более 100, а в это основное время число достигло более 200.

Очевидно, что из различных каналов информации имя "Волшебное зеркало" постепенно доходит до слуха различных джентльменов.

Этот рост продаж - результат поддержки, оказанной игровой общественности членами клуба любителей.

А с повышением рейтинга игрока успешно отображается рейтинг "Волшебного зеркала".

9,7 балла - впечатляющий результат.

Однако Чэнь Сю не был слишком взволнован.

В основном это связано с тем, что игроки, будучи игрой с маркировкой 18R, очень терпимы к этому типу игр, и у них большая выдержка.

По сравнению с традиционными играми этот балл не имеет особой ценности как показатель.

Точно так же, как некоторые форумы полны ругательств и различных ритмов, на некоторых форумах, где постоянно тусуется джентльменский клуб.

Речь пользователя можно охарактеризовать как исключительно гармоничную. Либо хозяин - хороший человек, и у хорошего человека безопасная жизнь, либо они обмениваются своим читательским опытом и любовью к некоторым наставникам.

Единственное, что может доказать оценка "Волшебного зеркала" - это то, что в глазах игроков

эта игра определенно стоит того, чтобы её начать и рекомендовать.

В конце концов, кто может отказаться от такой интересной игры про сводниц для красивых девушек?

<http://tl.rulate.ru/book/99977/3946809>