



# Design

# Free-to-Play

Versão 3 - 25 de Abril de 2013

---



**Qual a diferença?**

---



# Qual a diferença?

Premium = Produto

Freemium = SERVIÇO

---



**O que isso quer dizer?**

---



# O que isso quer dizer?



Premium

---

# O que isso quer dizer?



Premium



Freemium





# **Producers & Designers**

---

# Producers & Designers



Premium – somos Construtores

---



# Produce



Premium



Freemium – Somos VENDEDORES

---

# Produce



Premium – Somos VENDEDORES



# Games Freemium são como Shoppings



É preciso apresentar o que está à venda...

---



# Games Freemium são como Shoppings



... fazer promoções...

---



# Games Freemium são como Shoppings



... e atingir seu público-alvo!



# **Design tem 3 Objetivos**

---



# Design tem 3 Objetivos

## 1. Divertir



Afinal, isso é um Game!!

---

# Design tem 3 Objetivos

**1. Divertir**

**2. Reter**  
(a.k.a. VICIAR)





# Design tem 3 Objetivos

1. Divertir
  2. Reter  
(a.k.a. VICIAR)
  3. Monetizar
- 



# Design tem 3 Objetivos

1. Divertir
2. Reter  
(a.k.a. VICIAR)
3. Monetizar







# **OBJETIVO 1: DIVERTIR**

Como fazer isso?

---

# A Fórmula Mágica

- Você precisa GOSTAR do game que está fazendo.
-



# A Fórmula Mágica

- Você precisa GOSTAR do game que está fazendo.
  - O time precisa ACREDITAR no game que está fazendo
-

# A Fórmula Mágica

- Você precisa GOSTAR do game que está fazendo.
- O time precisa ACREDITAR no game que está fazendo
- Não há fórmula mágica.





# **Como Chegar a um Game Divertido?**

---

# Como Chegar a um Game Divertido?

- Protótipos





# Como Chegar a um Game Divertido?

- Protótipos, protótipos



# Como Chegar a um Game Divertido?

- Protótipos, protótipos, protótipos





# Como Chegar a um Game Divertido?

- Protótipos, protótipos, protótipos.



**DON'T WORRY**  
It's still a prototype

[militaryhumor.net](http://militaryhumor.net)

# Como Chegar a um Game Divertido?

- Protótipos, protótipos, protótipos
- Playtests, playtests, playtests.





# Como Chegar a um Game Divertido?

- Protótipos, protótipos, protótipos
  - Playtests, playtests, playtests
  - Game tem que ser BOM desde a Pré-Produção.
    - O Game **NÃO** vai ficar milagrosamente muito melhor durante a Produção!
-



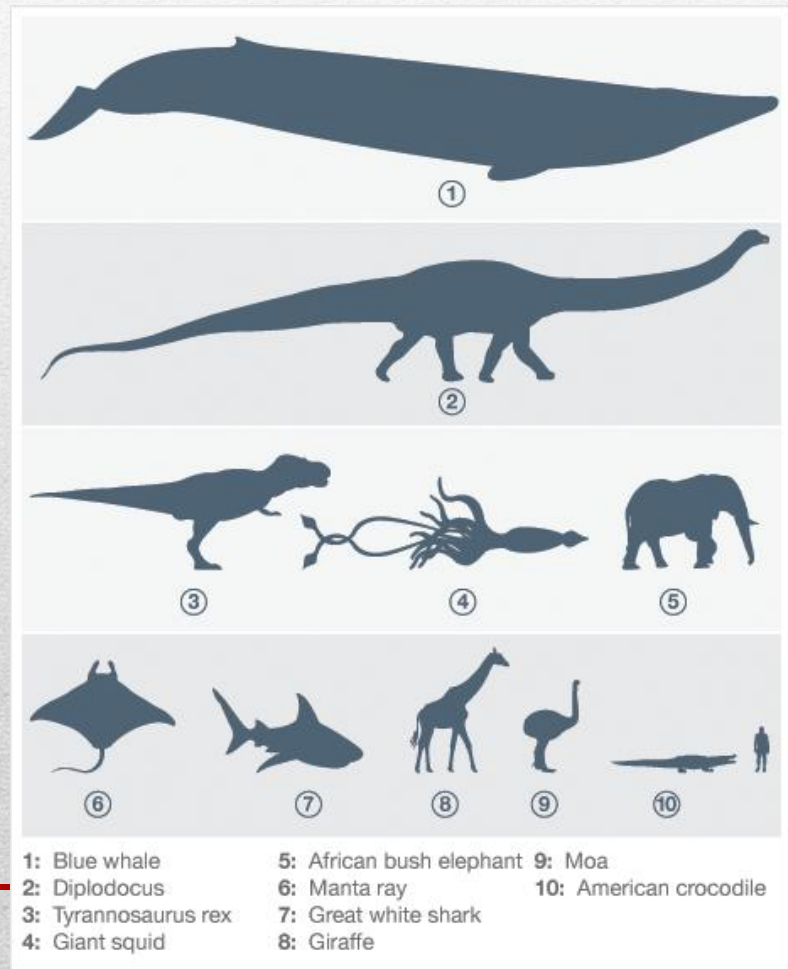
**Mas PENSE MOBILE**

---



# Mas PENSE MOBILE

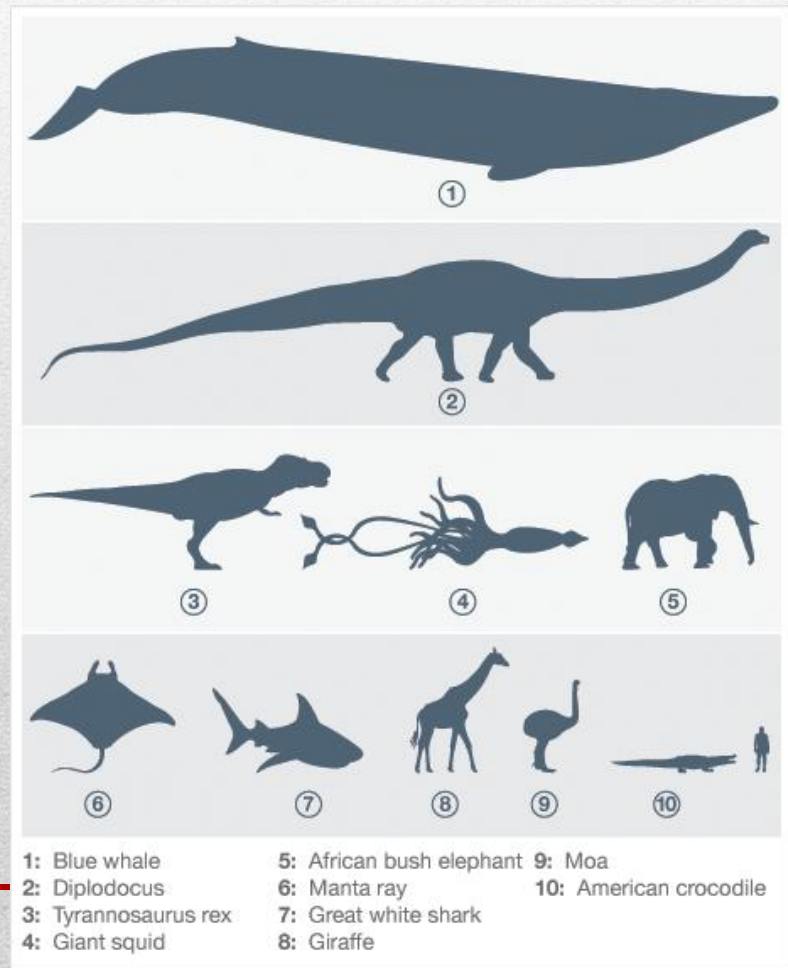
- O que é divertido no Mobile **NÃO** é a mesma coisa que no PC, nos Consoles, ou nos Handhelds.



# Mas PENSE MOBILE

- O que é divertido no Mobile **NÃO** é a mesma coisa que no PC, nos Consoles, ou nos Handhelds.

Games Mobile ->







# Como Pensar MOBILE

---

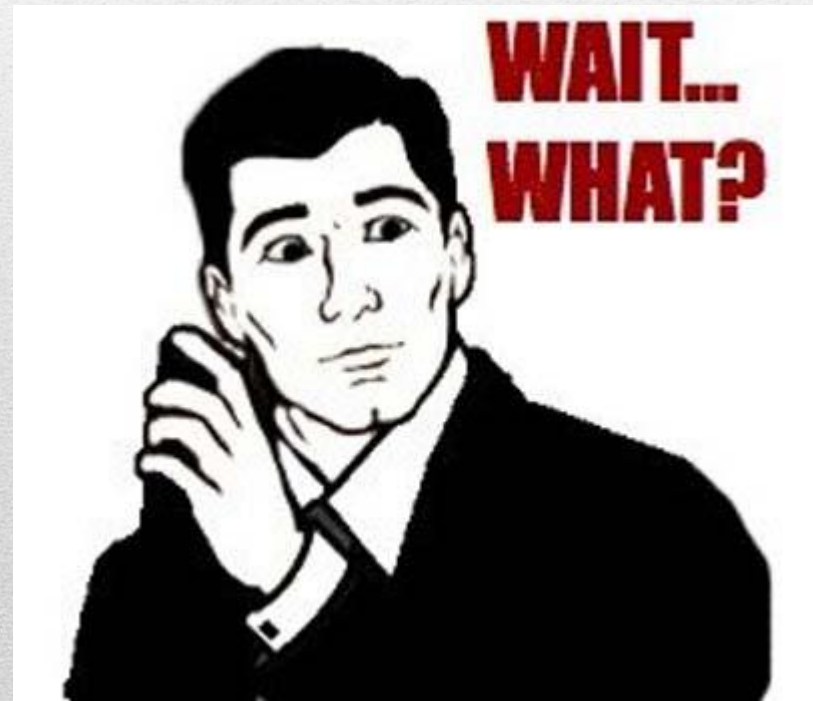
# Como Pensar MOBILE

1. Você tem **1 minuto** para o *gameplay*...
  2. ... **3 pilares** para focar...
  3. ... e **3 minutos** para viciar!
-



# 1 minuto para o *gameplay*...

- O que é isso?



# 1 minuto para o *gameplay*...

- O que é isso?
  - Estamos falando das mecânicas principais do *gameplay*.
    - Candy Crush Saga: match-3 com turnos.
    - Punch Quest: platformer + side-scrolling.
    - Kingdoms of Camelot: construir / atacar.
-



# 1 minuto para o *gameplay*...

- O que é isso?
  - Estamos falando das mecânicas principais do *gameplay*.
    - Candy Crush Saga: match-3 com turnos.
    - Punch Quest: platformer + side-scrolling.
    - Kingdoms of Camelot: construir / atacar.
  - **Não** estamos falando do conjunto de *todas* as mecânicas e dinâmicas do jogo.
-

**dito isso...**

---



# 1 minuto para o *gameplay*...

O *gameplay* **DEVE**  
ser *compatível*  
com sessões de  
apenas **1 minuto**.

---

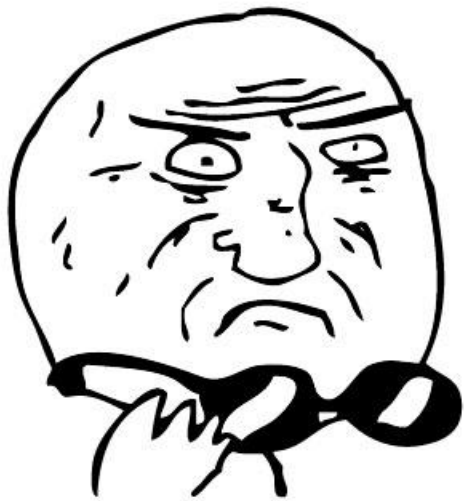
# 1 minuto para o *gameplay*...

O *gameplay* **DEVE**

ser *compatível*

com sessões de

apenas **1 minuto.**



**MOTHER OF GOD**



# 1 minuto para o *gameplay*..

- Teste do ponto de ônibus.
- Teste do banheiro.



# 1 minuto para o *gameplay*...

- Teste do ponto de ônibus.
- Teste do banheiro.

**NÃO** assim! ->





# 1 minuto para o *gameplay*...

- Agora pense nisso...
-

# 1 minuto para o *gameplay*...

- Agora pense nisso...
  - Quantas vezes você já não pensou “ah, dá pra jogar esse jogo só um pouco, rapidinho”...
-



# 1 minuto para o *gameplay*...

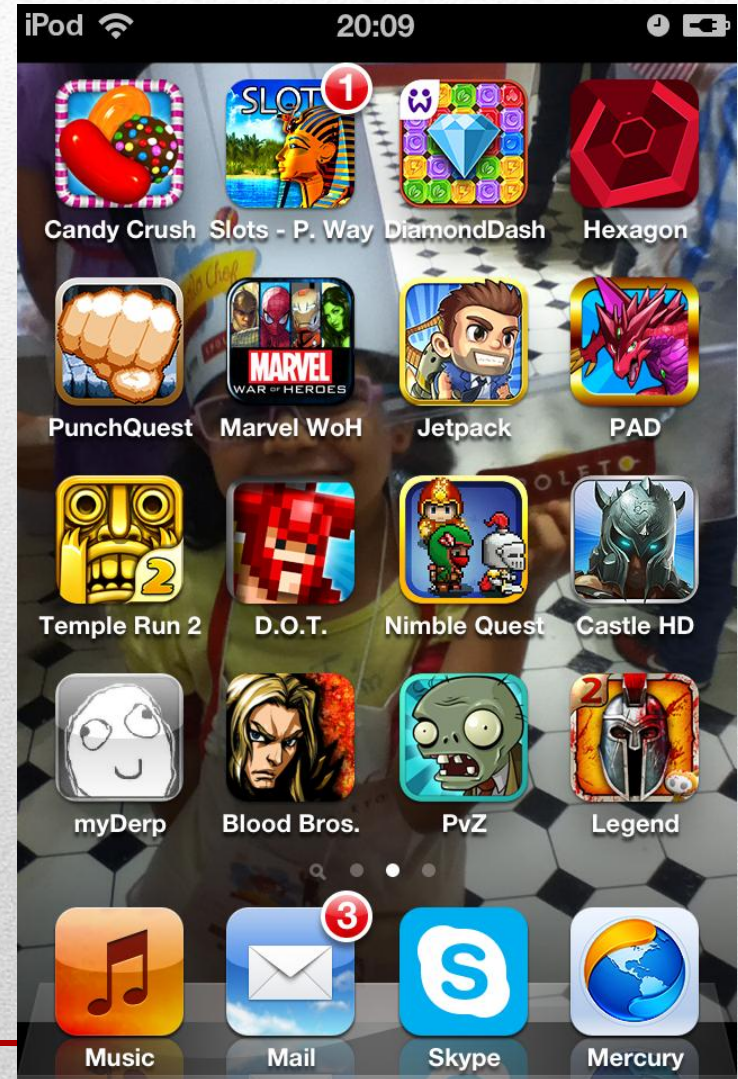
- Agora pense nisso...
- Quantas vezes você já não pensou “ah, dá pra jogar esse jogo só um pouco, rapidinho”  
... e acabou **HORAS** nele?





# 1 minuto para o *gameplay*...

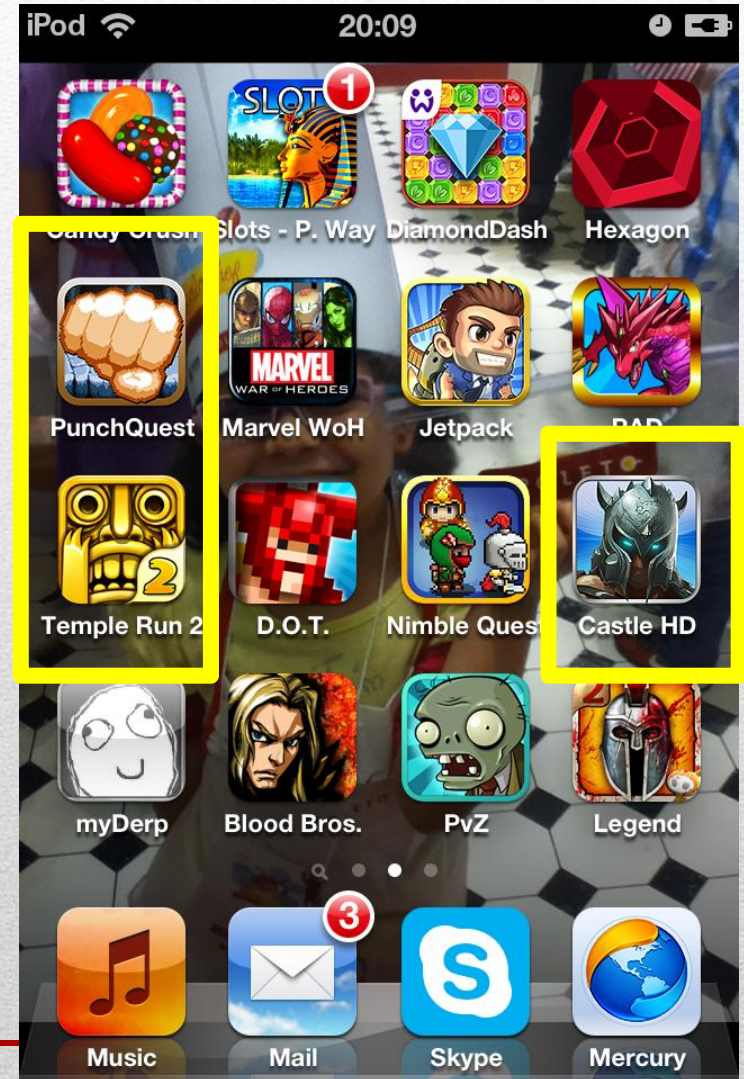
- A **fricção** para iniciar um game deve ser **mínima**.





# 1 minuto para o *gameplay*...

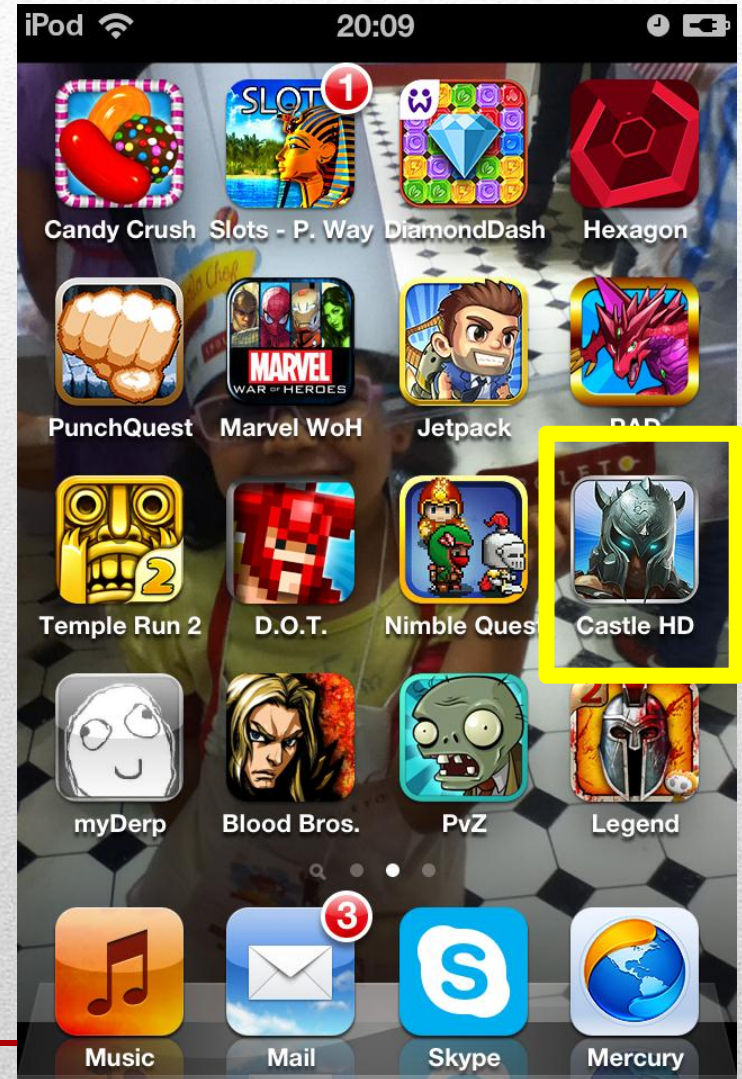
- A **fricção** para iniciar um game deve ser **mínima**.
- “Hummm, qual game posso jogar rapidinho, só 1 minutinho?”





# 1 minuto para o *gameplay*...

- A **fricção** para iniciar um game deve ser **mínima**
- “Hummm, qual game posso jogar rapidinho, só 1 minutinho?”
  - 30 minutos depois...





# 1 minuto para o *gameplay*...

- *Core gameplay* explicável em **3 passos de Tutorial**.
  - Podem ser mais, mas quanto menos passos para introduzir um jogador novo, fácil de “pick-up” o game vai ser mais tarde.
- **NÃO** estamos incluindo passos para mecânicas secundárias e meta-game como Loja, Missões, Guildas, Gifts, Fusões, etc.



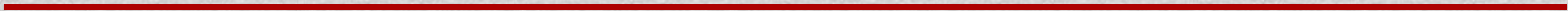
**... 3 pilares...**





# ... 3 pilares...

- O que é um “pilar”?



# ... 3 pilares...

- O que é um “pilar”?
- É uma “orientação de desenvolvimento e produção”
- Ou seja...





# ... 3 pilares...

- O que é um “pilar”?
- É uma “orientação de desenvolvimento e produção”
- Ou seja...



... 3 pilares...



**F O C C O**

---



... 3 pilares...



**FOCCO**

- Games bem-sucedidos focam em poucos aspectos.
-

... 3 pilares...



# FOCCO

- Games bem-sucedidos focam em poucos aspectos.
  - Durante a produção acabamos adicionando mais *features*.
  - Mas são poucos os aspectos que continuam realmente críticos.
-



# ... 3 pilares...

- Coleções permanentes ou temporárias
- Fundir Cartas iguais (level-up de raridade)
- Melhorar Cartas com Boost
- Atacar outros Jogadores / Formar decks de combate (ofensivos e defensivos)
- Matchmaking baseado em level do jogador.
- Times com amigos (*Teams*)
- Gifts entre membros do Time
- Alianças de jogadores (*Alliances*)
- Colecionar *set items* para ganhar cartas raras
- Missões *single-player*
- Eventos sazonais com Missões especiais
- *Level-up* do jogador, podendo melhorar 3 atributos
- *Card Packs*
- *Card Packs* sazonais
- Lista de jogadores que compraram os *Card Packs*.
- Convidar amigos para jogar
- Facebook Connect
- *Wishlist* de Cartas
- Troca de Cartas
- Catálogo com todas as Cartas descobertas
- *Soft-currency* (silver) e economia com itens consumíveis.
- Mural de notícias com histórico de Eventos
- Bônus diário
- E mais...





# ... 3 pilares...

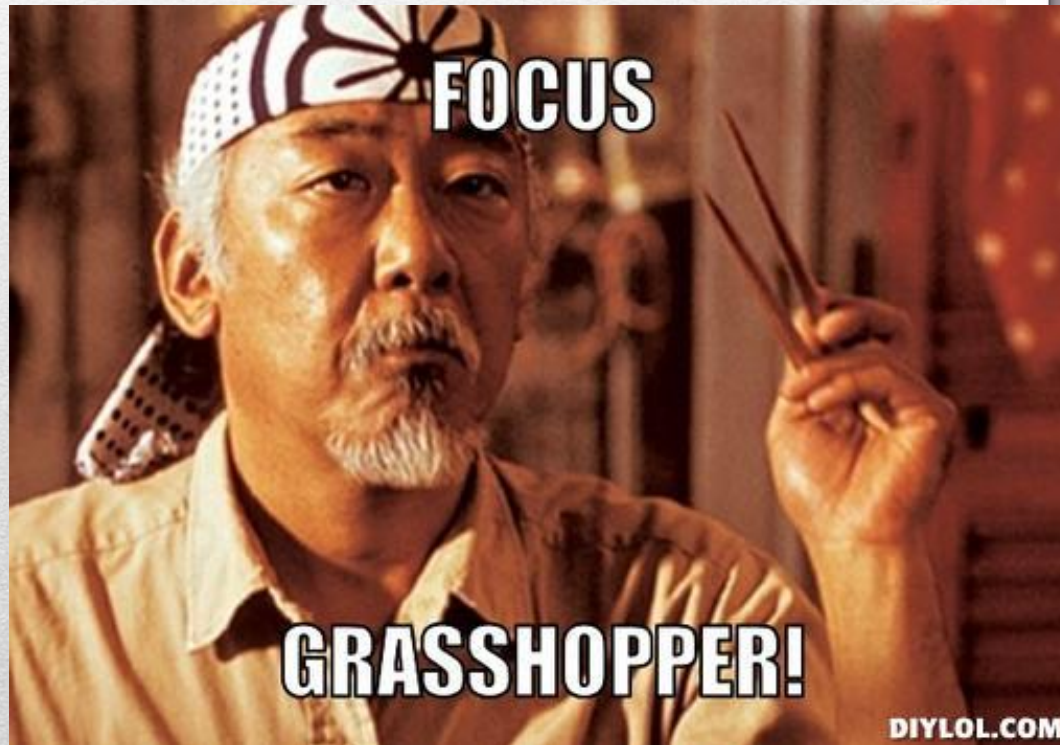
- Coleções permanentes ou temporárias
- Fundir Cartas iguais (level-up de raridade)
- Melhorar Cartas com Boost
- Atacar outros Jogadores / Formar decks de combate (ofensivos e defensivos)
- Matchmaking baseado em level do jogador.
- Times com amigos (*Teams*)
- Gifts entre membros do Time
- Alianças de jogadores (*Alliances*)
- Colecionar *set items* para ganhar cartas raras
- Missões *single-player*
- Eventos sazonais com Missões especiais
- *Level-up* do jogador, podendo melhorar 3 atributos
- *Card Packs*
- *Card Packs* sazonais
- Lista de jogadores que compraram os *Card Packs*.
- Convidar amigos para jogar
- Facebook Connect
- *Wishlist* de Cartas
- Troca de Cartas
- Catálogo com todas as Cartas descobertas
- *Soft-currency* (silver) e economia com itens consumíveis.
- Mural de notícias com histórico de Eventos
- Bônus diário
- E mais...

1. Colecionar Cartas
2. Multiplayer (PvP e Co-op)
3. Eventos



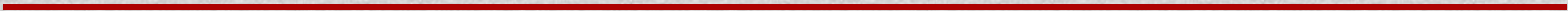


... 3 pilares...



# ... 3 pilares...

- Toda decisão de produção, design, programação, arte e business deve passar pelo escrutínio:





# ... 3 pilares...

- Toda decisão de produção, design, programação, arte e business deve passar pelo escrutínio:



“Isso está **alinhado**  
com **um** dos 3 pilares?”

---

... 3 p

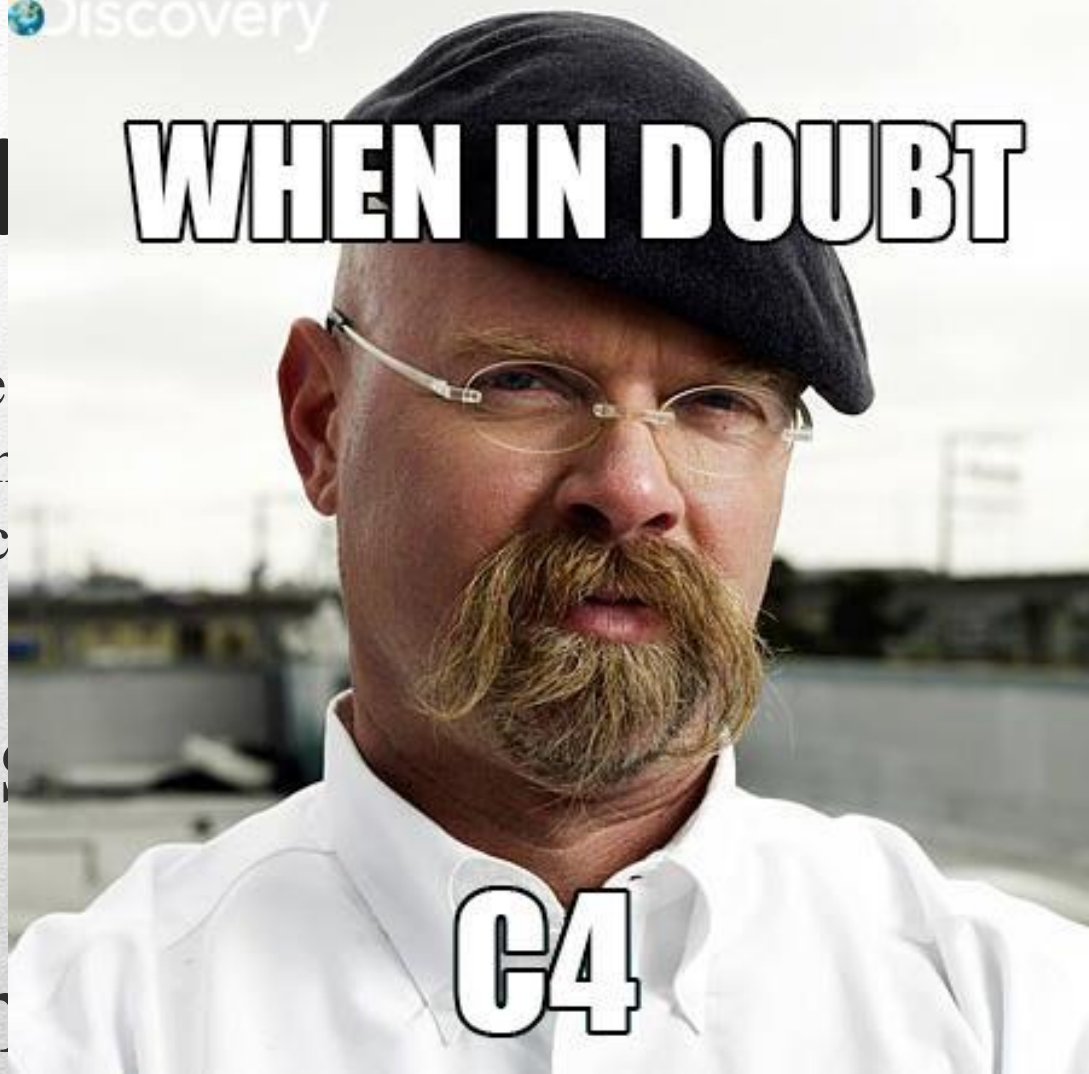
- Toda de program pelo esc

“I

con

Discovery

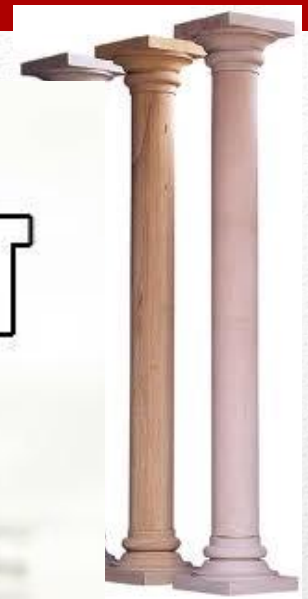
WHEN IN DOUBT



C4

D

?”







**... e 3 minutos para viciar!**

---

# ... e 3 minutos para viciar!

- 3 minutos para tornar um **usuário** novo um **JOGADOR**.
-



# ... e 3 minutos para viciar!

- 3 minutos para tornar um **usuário** novo um **JOGADOR**.
  - 3 minutos para apresentar razões pra ele continuar jogando.
-

# ... e 3 minutos para viciar!

- 3 minutos para tornar um **usuário** novo um **JOGADOR**.
  - 3 minutos para apresentar razões pra ele continuar jogando.
-



# ... e 3 minutos para viciar!

- 3 minutos para tornar um **usuário** novo um **JOGADOR**.
  - 3 minutos para apresentar razões pra ele continuar jogando.
  - 3 minutos para convencê-lo que seu game é melhor que **MILHARES** de opções **FREE** na App Store.
-

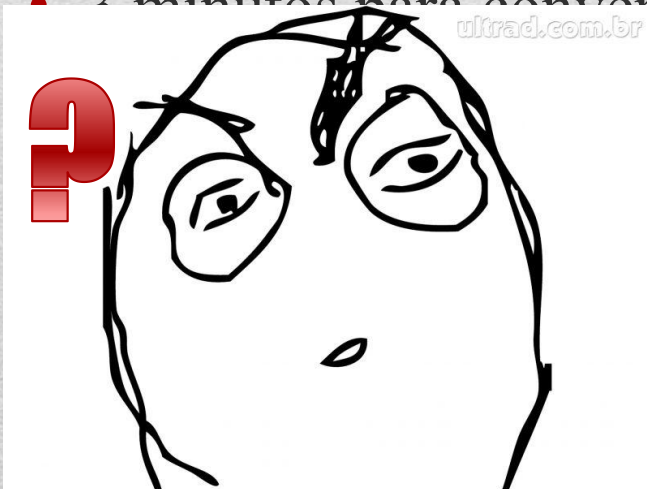
# ... e 3 minutos para viciar!

- 3 minutos para tornar um **usuário** novo um **JOGADOR**.
  - 3 minutos para apresentar razões pra ele continuar jogando.
  - 3 minutos para convencê-lo que seu game é melhor que **MILHARES** de opções **FREE** na App Store.
  - 3 minutos para engatar **LOOPS ABERTOS**.
-



# ... e 3 minutos para viciar!

- 3 minutos para tornar um **usuário** novo um **JOGADOR**.
- 3 minutos para apresentar razões pra ele continuar jogando.
- 2 minutos para convencê-lo que seu game é melhor que as opções **FREE** na App Store.



r **LOOPS ABERTOS.**

---



# **OBJETIVO 2: RETER (VICIAR)**

Para quê?

---



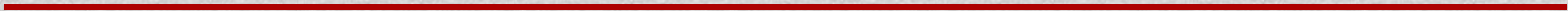
# Quem é nosso maior concorrente?







Nos modelos Free, o *investimento inicial* não é em *dinheiro*, mas em *TEMPO!*



Nos modelos Free, o *investimento inicial* não é em *dinheiro*, mas em *TEMPO!*



Homem Moderno  
24 horas no dia



Nos modelos Free, o *investimento inicial* não é em *dinheiro*, mas em *TEMPO!*



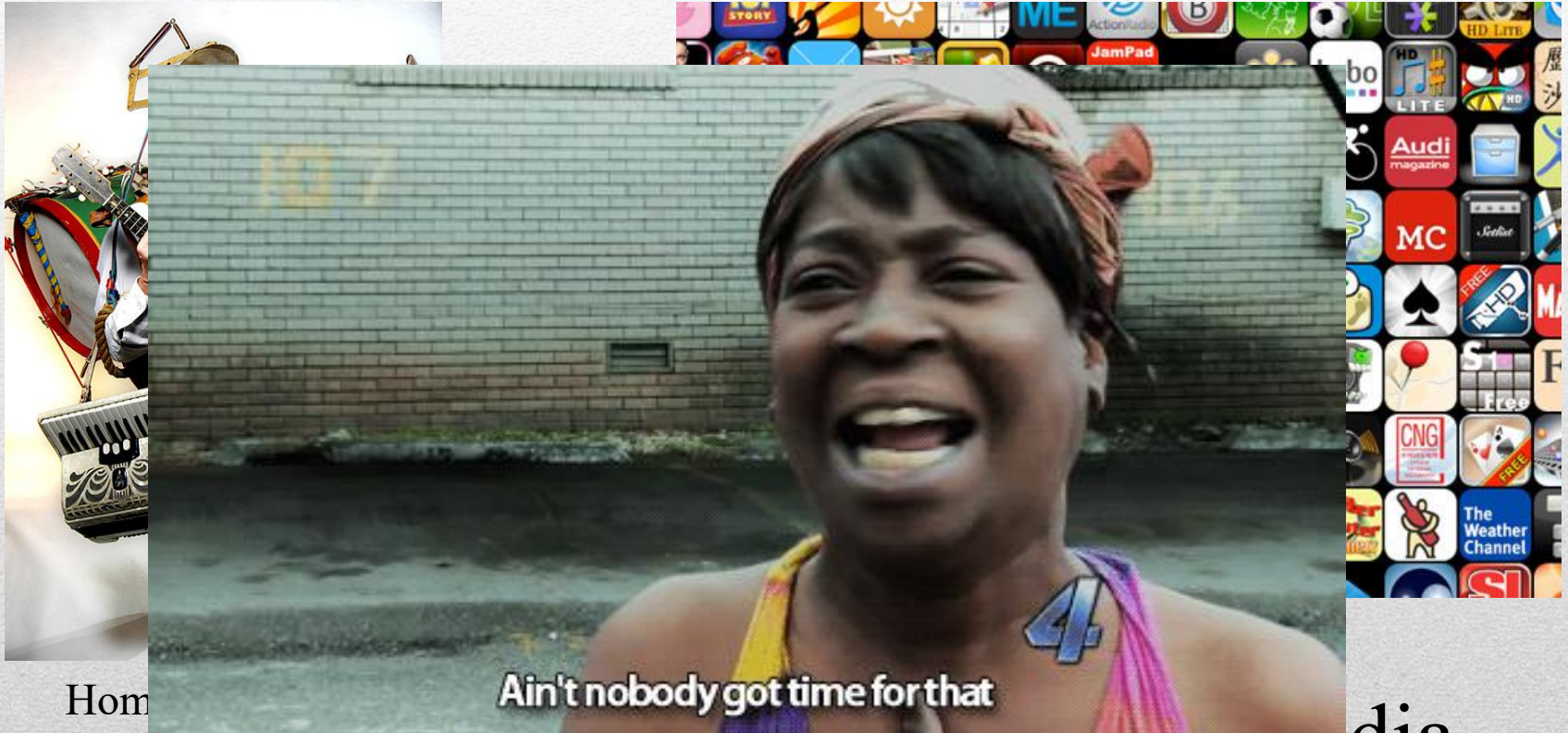
Homem Moderno  
24 horas no dia



Todos os Apps FREE  
24.000.000 horas **por dia**  
(se você “quiser”...)



Nos modelos Free, o *investimento inicial* não é em *dinheiro*, mas em *TEMPO!*



Hom  
24 horas no dia

24.000.000 horas por dia  
(se você "quiser"...)



Nos modelos Free, o *investimento inicial* não



Homem M  
24 hora



RE  
or dia  
)



*“Keep them playing.  
Keep them coming back.”*

---



# O jogador precisa Voltar, e continuar Voltando

- Cada Sessão de Jogo é uma **Oportunidade** para nós.
-

# O jogador precisa Voltar, e continuar Voltando

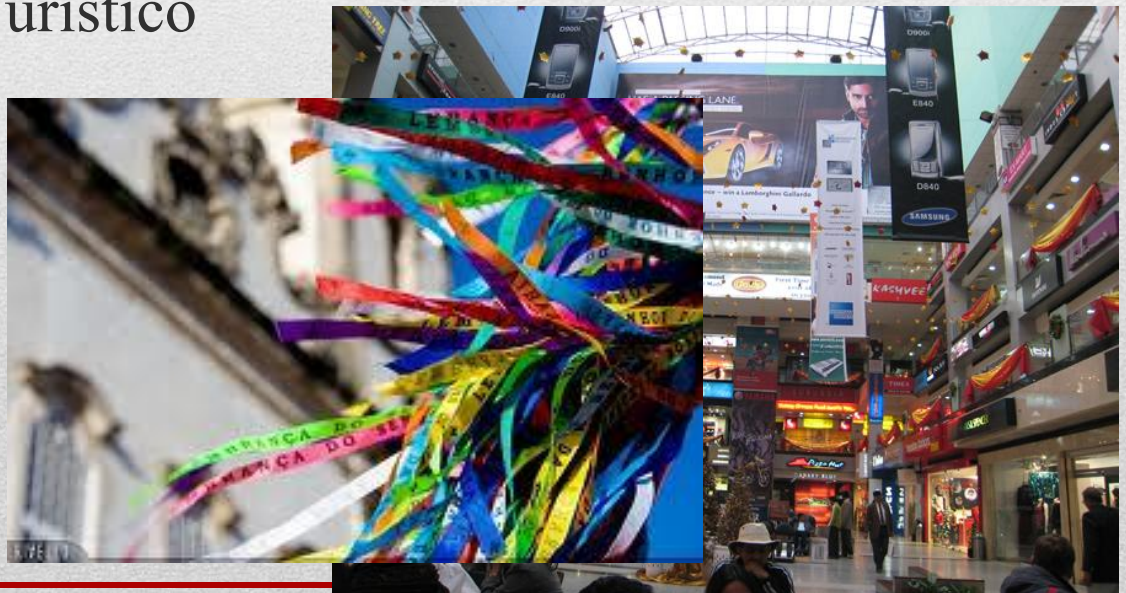
- Cada Sessão de Jogo é uma **Oportunidade** para nós.
- Pense como funciona um Shopping





# O jogador precisa Voltar, e continuar Voltando

- Cada Sessão de Jogo é uma **Oportunidade** para nós.
- Pense como funciona um Shopping
- Pense num Ponto Turístico





# O jogador precisa Voltar, e continuar Voltando

- Cada Sessão de Jogo é uma **Oportunidade** para nós.
- Pense como funciona um Shopping
- Pense num Ponto Turístico
- Pense na Praia!





**Não “deixe” ele  
APAGAR o APP!!**

---

# Não “deixe” ele APAGAR O APP!!

- Cada instalação apagada é **CUSTO** para nós.
-



# Não “deixe” ele APAGAR O APP!!

- Cada instalação apagada é **CUSTO** para nós.
  - Porque em marketing o custo de aquisição de novos usuários chega a 0.80 dólares POR usuário.
-

# Não “deixe” ele APAGAR O APP!!

- Cada instalação apagada é **CUSTO** para nós.
  - Porque em marketing o custo de aquisição de novos usuários chega a 0.80 dólares POR usuário.
  - Suponha que compremos 1 milhão de usuários...  
... e 80% desiste e apaga o app logo após a primeira sessão.
-



# Não “deixe” ele APAGAR O APP!!

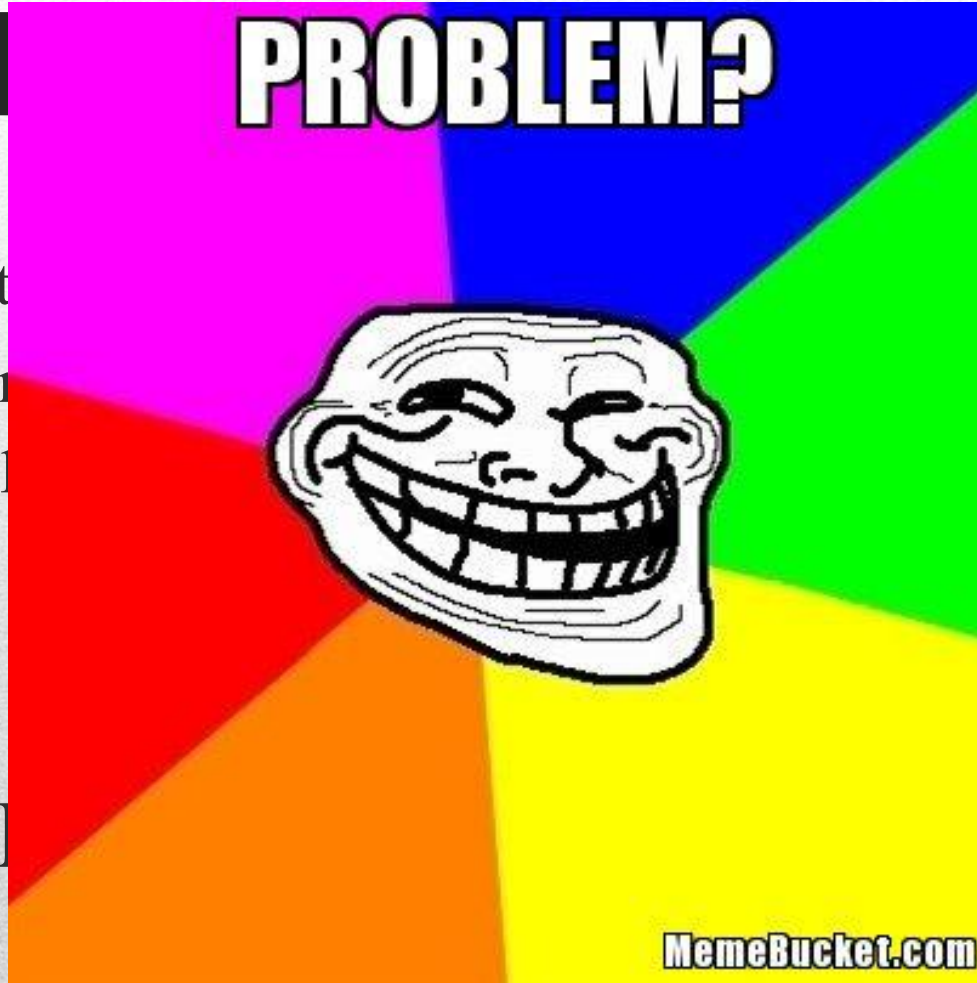
- Cada instalação apagada é **CUSTO** para nós.
  - Porque em marketing o custo de aquisição de novos usuários chega a 0.80 dólares POR usuário.
  - Suponha que compremos 1 milhão de usuários...  
... e 80% desiste e apaga o app logo após a primeira sessão.
  - Isso é **PROBLEMA** dos **DESIGNERS**.
-

# Não “deixe” ele

## APAGA

## PROBLEM?

- Cada inst
- Porque en
- usuários p
- Suponha
- ... e 80%
- sessão.
- Isso é P



•

OVOS

io.

•

eira

**INERS.**

MemeBucket.com





# **Loops Abertos!**

---

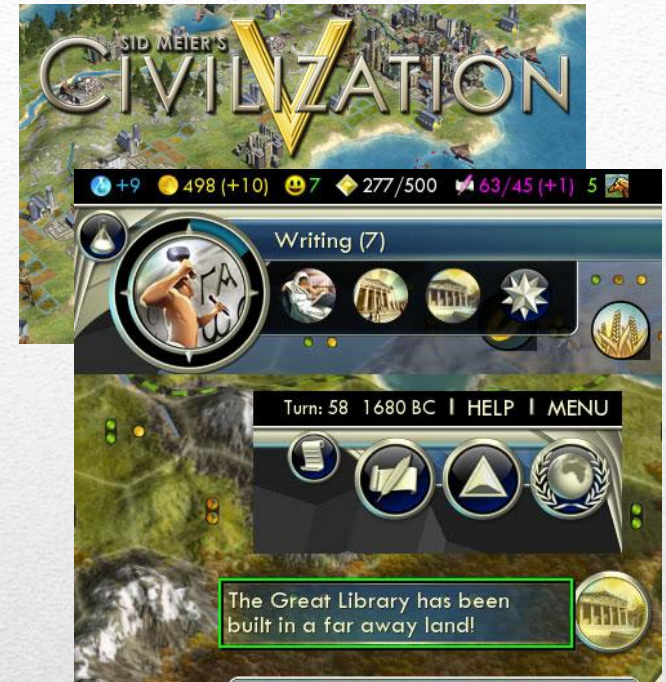
# Loops Abertos!





# Loops Abertos!

- Turno 5: Library, leva 10 turnos.





# Loops Abertos!

- Turno 5: Library, leva 10 turnos.
- Turno 6: Wonder, leva 25 turnos.  
Vizinho se move perigosamente...





# Loops Abertos!

- Turno 5: Library, leva 10 turnos.
- Turno 6: Wonder, leva 25 turnos.  
Vizinho se move perigosamente...
- Turno 12: Só 3 turnos para a Library, tropas quase posicionadas...





# Loops Abertos!

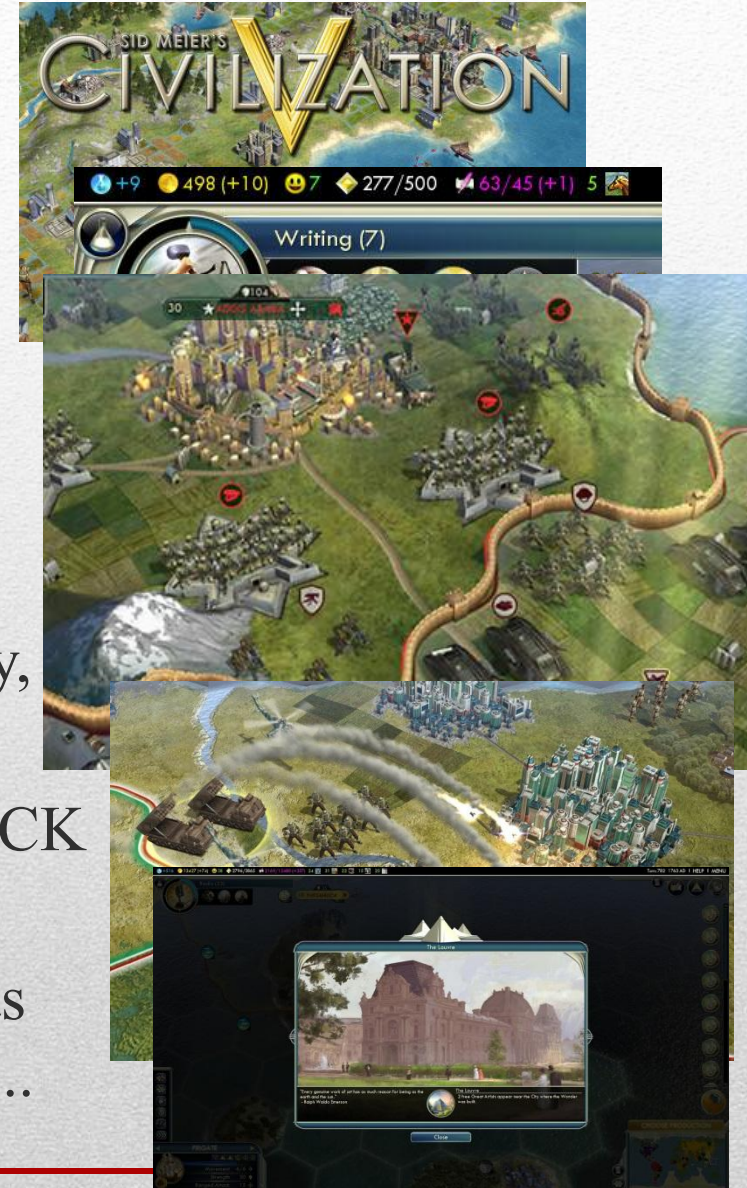
- Turno 5: Library, leva 10 turnos.
- Turno 6: Wonder, leva 25 turnos. Vizinho se move perigosamente...
- Turno 12: Só 3 turnos para a Library, tropas quase posicionadas...
- Turno 14: O maldito ataca! PAYBACK TIME!





# Loops Abertos!

- Turno 5: Library, leva 10 turnos.
- Turno 6: Wonder, leva 25 turnos. Vizinho se move perigosamente...
- Turno 12: Só 3 turnos para a Library, tropas quase posicionadas...
- Turno 14: O maldito ataca! PAYBACK TIME!
- Turno 20: Wonder quase pronta, mas outra cidade precisa de um hospital...





**A Sessão NUNCA é 100%  
Satisfatória**

---



# **A Sessão NUNCA é 100% Satisfatória**

(Pelo menos não em sessões menores que 10 horas...)

---

# A Sessão **NUNCA** é **100%** **Satisfatória**

(Pelo menos não em sessões menores que 10 horas...)

- Porque o jogador **sempre** tem vários **projetos paralelos**.
  - Início e conclusão entre projetos **nunca** coincidem.
-



# Qualquer Game pode ter Loops Abertos





# **(Algumas) Técnicas para Loops Abertos**

- Não é nada de outro mundo....  
...mas precisam ser pensados *deliberadamente* e de forma encaixada umas com as outras.
-



# Colecionáveis





# “Completaíveis”

- Mastery level, power-up trees, daily bonuses, quest lists, achievements, etc.





# Appointment Mechanics (a.k.a. Timed Mechanics)



- Intercalar tempos diferentes. Ex: 2, 4, 8, 12, 24 horas.
  - **Nota:** balancear progressão e economia com *timed mechanics* é BEM mais difícil do que parece.
-



# Esgotamento de Recursos

## (+ Sistemas de Energia)

- Sempre combinados com *Appointment Mechanics*
- “Segura” o consumo do game. Vende tempo.





# Eventos



- Modificações no Game por alguns dias.
  - + Gifts: “We love you, here’s a free MedKit!”
-



# Pressão Social

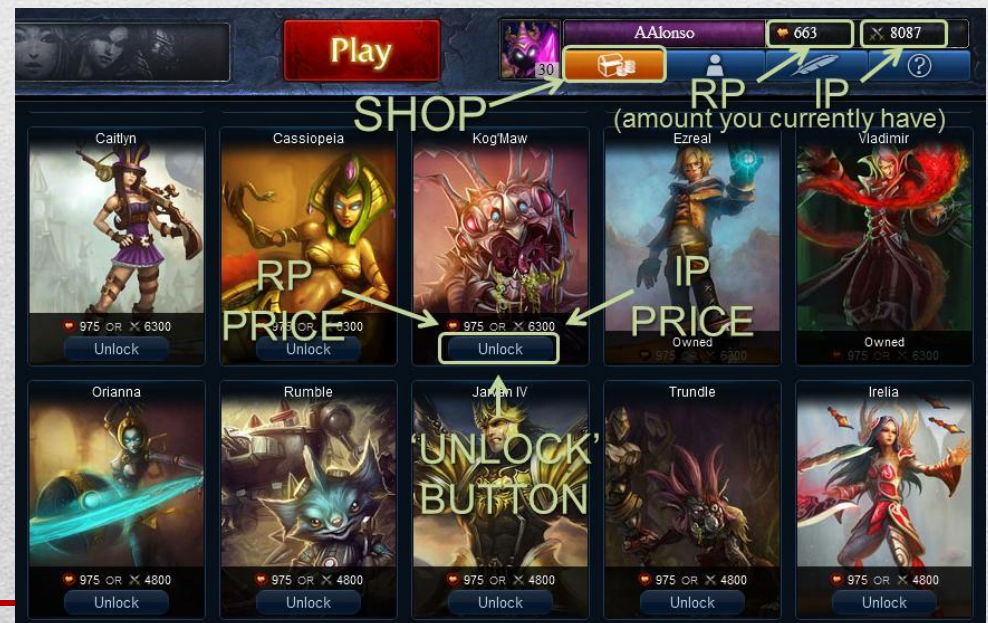
- Leaderboards, superação de conhecidos, Achievements, Gifts entre conhecidos, pedidos de Co-op





# Grind

- **Definição:** Jogadores progressivamente vão ganhando menos recompensas, ou as recompensas se tornam menos eficientes.
  - Não significa que o game fica *difícil*, mas sim *laborioso*.

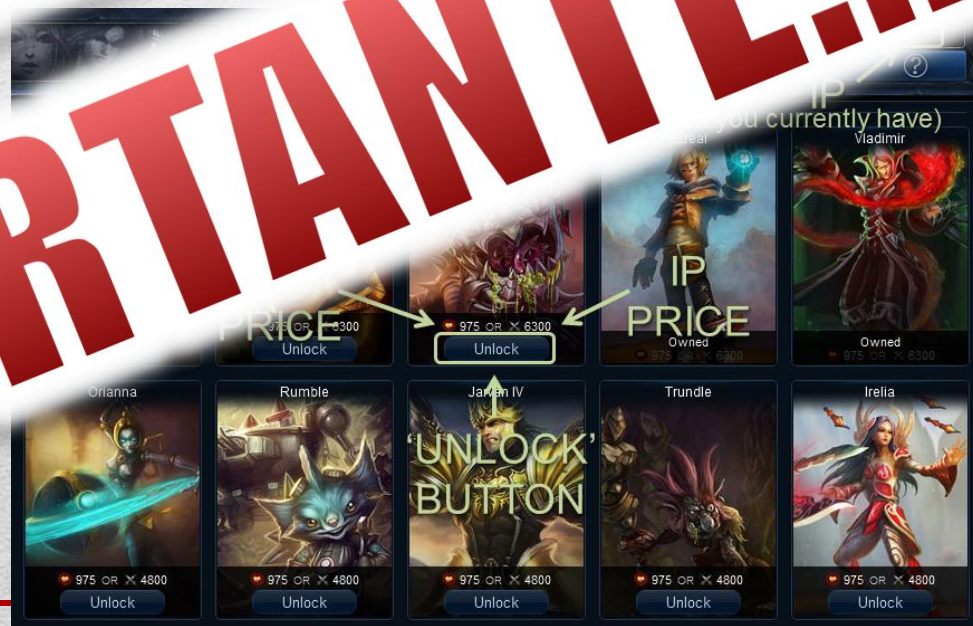




# Grind

- **Definição:** Jogadores que precisam labutar por muito mais tempo que os outros (clientes).
- Não significa apenas *labutar*, mas sim *labutar*

**MAS  
IMPORTANTE...**





**Reter** Primeiro

---

**Reter** Primeiro

**Grindear** **DEPOIS**

---



**Reter** Primeiro

**Grindear** **DEPOIS**





**E claro...**

---



# Conheça seu Jogador!



# Conheça seu Jogador!

- Jogadores não são iguais.
    - Quem **SÃO** e quem **NÃO** são os públicos-alvo?
  - Há várias formas de avaliar seus jogadores. Duas delas:
    - **Bartle Test**: forma tradicional na indústria de games.  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Bartle\\_Test](https://en.wikipedia.org/wiki/Bartle_Test)
    - *Theory of 16 Basic Desires*:  
[http://www.gamasutra.com/blogs/GabrielRecchia/20130221/187132/Sixteen\\_ways\\_to\\_motivate\\_is\\_your\\_game\\_tapping\\_into\\_the\\_m.php](http://www.gamasutra.com/blogs/GabrielRecchia/20130221/187132/Sixteen_ways_to_motivate_is_your_game_tapping_into_the_m.php)
    - Há muitas outras possibilidades, como o modelo *Myers-Briggs* e as 100 “lentes” do livro *The Art of Game Design*. O importante é ter uma ferramenta e se ater a ela.
-





# **OBJETIVO 3: MONETIZAR**

Dinheiroooo

---



# Entenda que...





# Entenda que...

**Seus Jogadores**



**95%**

São **conteúdo** e  
divulgação para os...

---



# Entenda que...

**Seus Jogadores**

**95%**

São **conteúdo** e  
divulgação para os...

**5%**

...seus **Clientes**  
de verdade.



# Entenda que...



5%

...seus **Clientes**  
de verdade.





**E na verdade...**

---



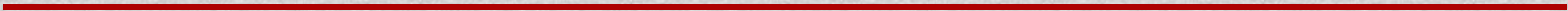
# E na verdade...

... se você converter 5% dos jogadores, seu game é **um Grande Sucesso F2P!**

(Dica: Muitos games só conseguem 1% ou menos...)

---

# Pense nisso...

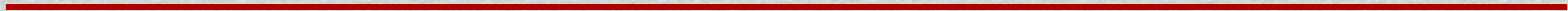




# Pense nisso...



Pagam pela  
diversão de...



# Pense nisso...



Pagam pela  
diversão de...





# Pense nisso...



Pagam pela  
diversão de...



**Mas vamos ao que  
interessa.**

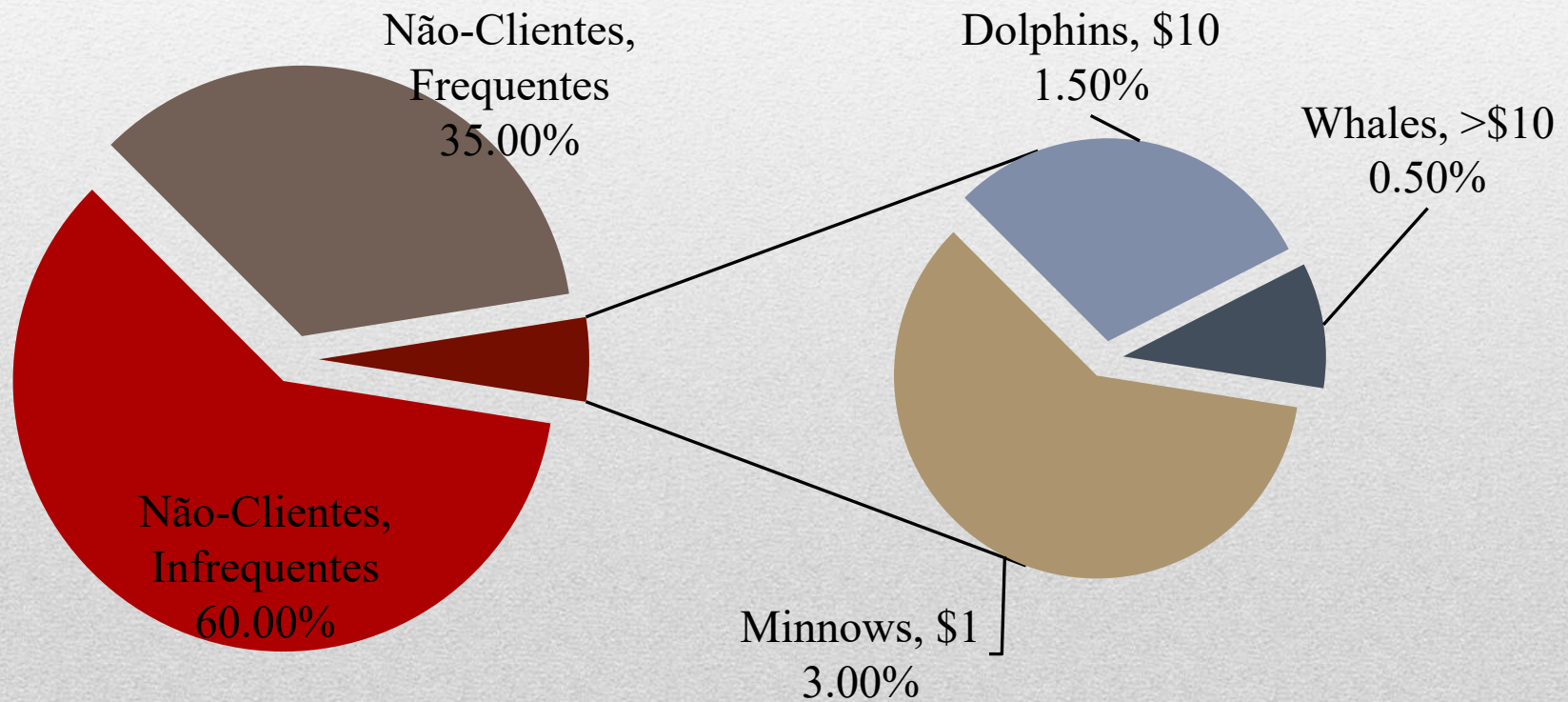
---



# Regra 1 – Perfis de Jogadores



# Regra 1 – Perfis de Jogadores





**Regra 2 – Clientes  
precisam ser valorizados.**

---

# Regra 2 – Clientes precisam ser valorizados.

Em qualquer negócio sustentável,

é sempre **mais fácil**

vender para quem **Já É Cliente**

do que **conquistar Novos** Clientes.

---



# Regra 2 – Clientes precisam ser valorizados.

Em qualquer negócio sustentável,

é sempre **mais fácil**

vender para quem **Já É Cliente**

do que **conquistar Novos** Clientes.

Inclui Clientes  
dos seus  
**OUTROS**  
Games!!!

# Regra 2 – Clientes precisam ser valorizados.

Em qualquer negócio sustentável,

é sempre **mais fácil**

vender para quem **Já É Cliente**

do que **conquistar Novos** Clientes.

(Dica: Muitas empresas ainda não entenderam isso, mas as que ficam no Top Grossing normalmente já entenderam...)

Inclui Clientes  
dos seus  
**OUTROS**  
Games!!!



# Regra 3 – Use Analytics



# Regra 3 – Use Analytics





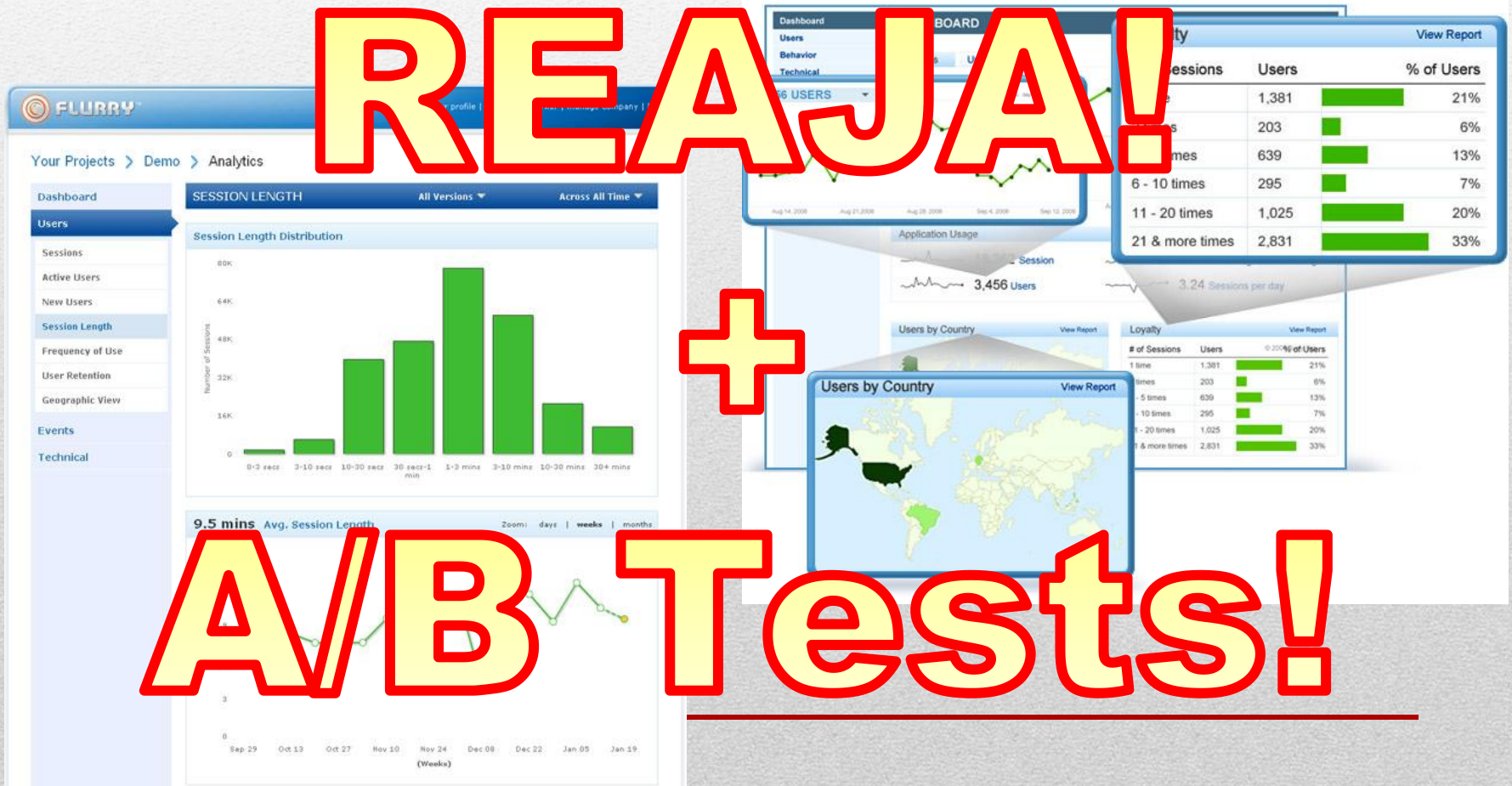
# Regra 3 – Use Analytics

# REAJA!



# Regra 3 – Use Analytics

**REAJA!**

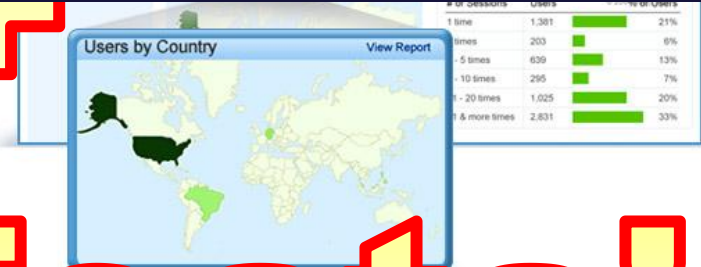


**A/B Tests!**



# Regra 3 – U

# RE



# A/B Tests!

**Regra 4 – O Céu é o Limite.**

**VOE!**

---



**Regra 4 – O Céu é o Limite.  
VOE!**



# Regra 4 – O Céu é o Limite. **VOE!**

Seu game **DEVE** ser **compatível** com:

---



# Regra 4 – O Céu é o Limite. VOE!

Seu game **DEVE** ser **compatível** com:



Um Cliente que gasta **US\$ 800** em  
um dia.

---

# Regra 4 – O Céu é o Limite. VOE!

Seu game **DEVE** ser **compatível** com:



Um Cliente que gasta **US\$ 800** em  
um dia.

Um Cliente que gasta **US\$ 5,600** em  
uma semana.

---



# Regra 4 – O Céu é o Limite. VOE!

Seu game **DEVE** ser **compatível** com:



Um Cliente que gasta US\$ 800 em  
um dia.



Um Cliente que gasta US\$ 5,600 em  
uma semana.



Um Cliente que gasta US\$ 22,400 em  
uma mês.

---

# Regra 4 – O Céu é o Limite. VOE!

Seu game **DEVE** ser **compatível** com:



Um Cliente que gasta **US\$ 800** em  
um dia.

Um Cliente que gasta **US\$ 5,600** em  
uma semana.

Um Cliente que gasta **US\$ 22,400** em  
uma mês.

Um Cliente que gasta **US\$**  
**300,000** em um ano.



# Regra 4 – O Céu é o Limite.

## VOE!

Seu game **DEVE** ser nivel com:

Um Cliente que gasta US\$ 800 em um dia.

Um Cliente que gasta US\$ 5,600 em uma semana.

Um Cliente que gasta US\$ 22,400 em um mês.

Um Cliente que gasta US\$ 300,000 em um ano.

**IMPOR**  
**MA**  
**ORTANTE**



**Regra 5 – Paywalls são estúpidas.**

---



# Regra 5 – Paywalls são estúpidas.

- Satisfaz Whales, mas logo depois **os AFASTA do game**. Afinal, já ganharam...
  - Deixa Minnows e Dolphins insatisfeitos, e isso também **os AFASTA do game**, pelo motivo contrário.
  - Lembre-se: você precisa **Manter** seu **Cliente Jogando**.
-

# Regra 5 – Paywalls são estúpidas

**O Game precisa vender**

...es, mas lo... de TA do game. Afinal

**300,000**

- Deixa Minnows e Dolphins inc... também os AFASTA do ga... novo contrá

**e ainda ser**

- Lembre-se: você precisa... quente Jogando.

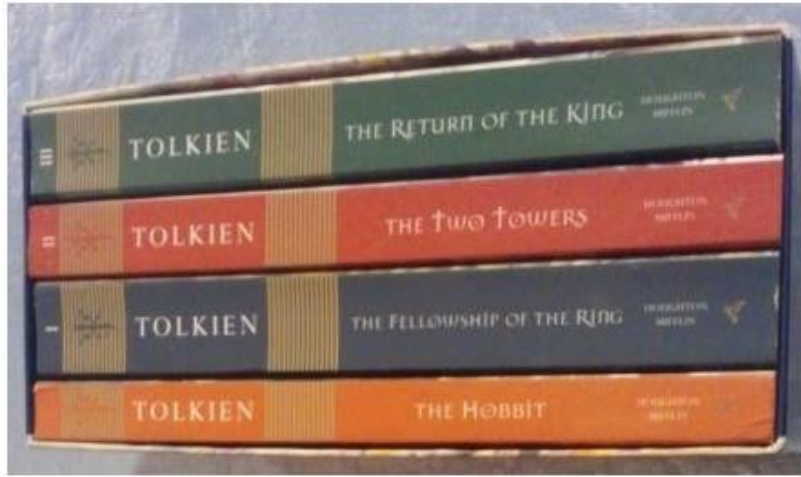
**interessante!**



Re  
est

0 G

- De  
OS
- Ler  
Jo



3 MOVIES

3 MOVIES



**MONEY**

er

ém

!

# **Regra 6 – Você vive pela sua UI!**

---

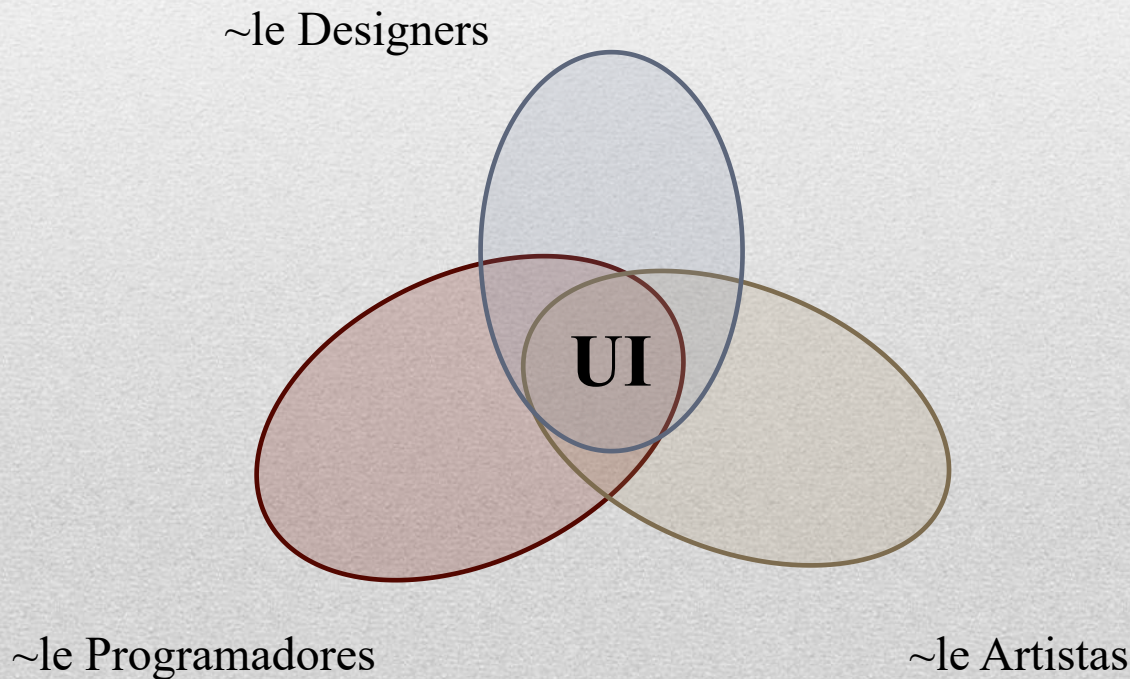


# Regra 6 – Você vive pela sua UI!

- Em Games premium UI já é um assunto complicado...
-

# Regra 6 – Você vive pela sua UI!

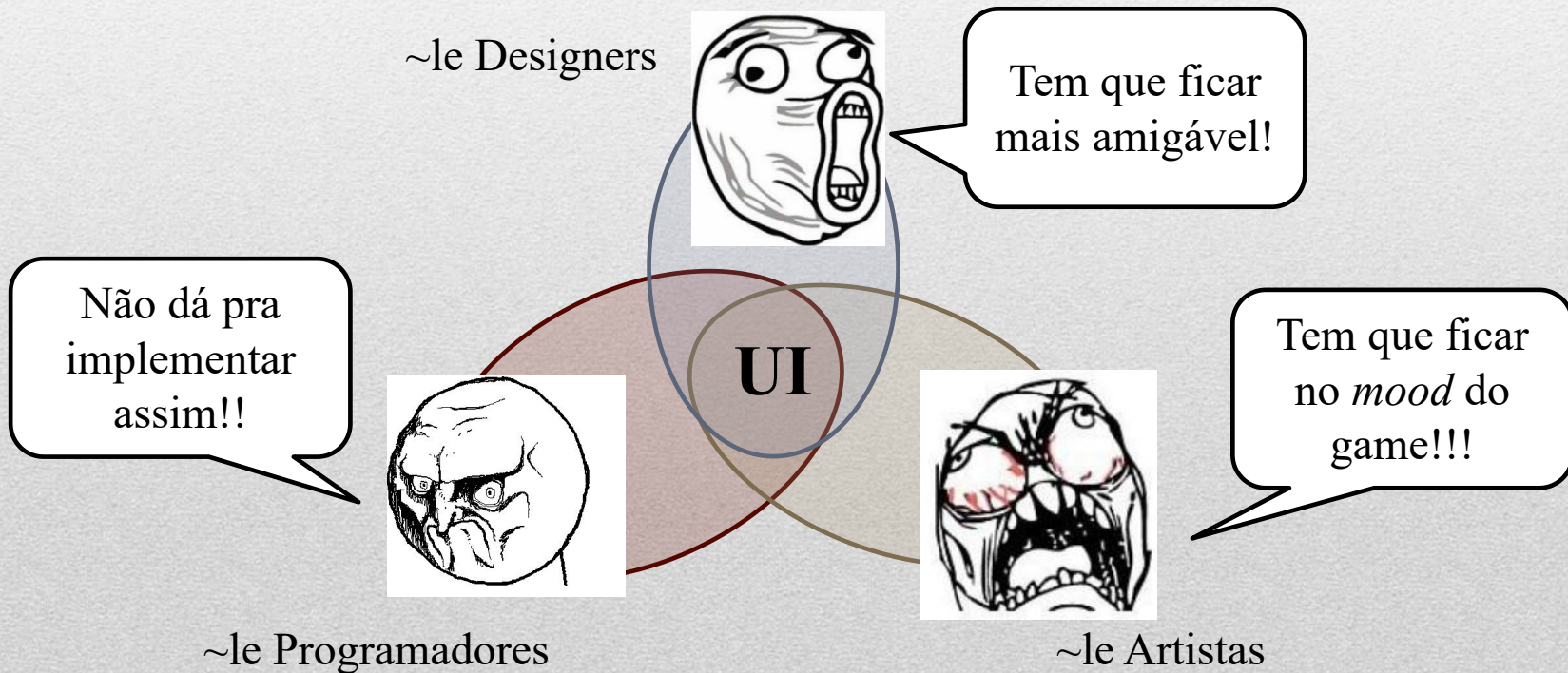
- Em Games premium UI já é um assunto complicado...





# Regra 6 – Você vive pela sua UI!

- Em Games premium UI já é um assunto complicado...



# Regra 6 – Você vive pela sua UI!

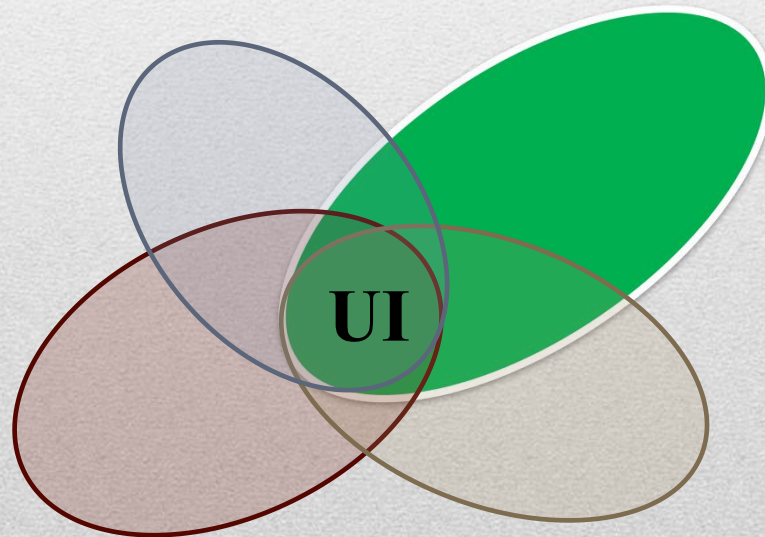
- Em Freemium é pior...
-



# Regra 6 – Você vive pela sua UI!

- Em Freemium é pior...

~le Designers



~le Executivos

~le Programadores

~le Artistas

---

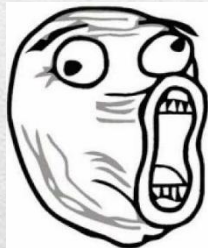
# Regra 6 – Você vive pela sua UI!

- Em Freemium é pior...

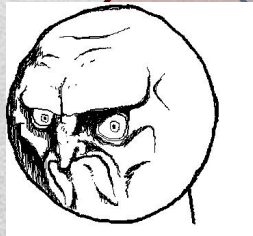
TEM QUE FAZER  
DINHEIRO!!!!

~le Designers

Tem que ficar  
mais amigável!



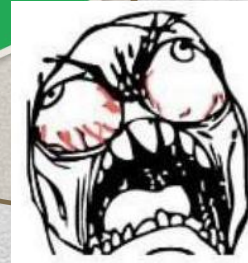
Não dá pra  
implementar  
assim!!



~le Programadores

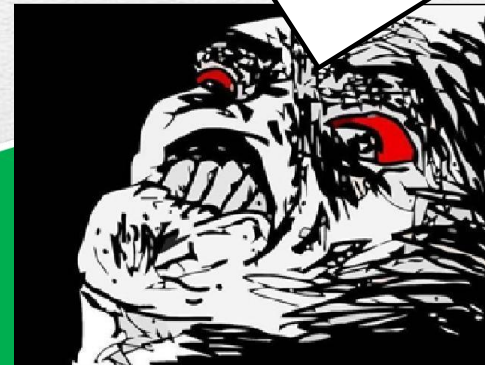
UI

~le Executivos



~le Artistas

Tem que ficar  
no *mood* do  
game!!!





# **Regra 7 – *Soft-Launch***

---

# Regra 7 – *Soft-Launch*



© wandercliparts.com



IRISH yoga



# Regra 7 – *Soft-Launch*

- **Verdade #1:** design Free-to-Play é bem mais complicado que suas contra-partes Premium.
-

# Regra 7 – *Soft-Launch*

- **Verdade #1:** design Free-to-Play é bem mais complicado que suas contra-partes Premium.
  - **Verdade #2:** É muito melhor investir US\$ 1 milhão para adquirir 1 milhão de jogadores para um game com **5%** de conversão do que para um com 0,5%.
-



# Regra 7 – *Soft-Launch*

- **Verdade #1:** design Free-to-Play é bem mais complicado que suas contra-partes Premium.
  - **Verdade #2:** É muito melhor investir US\$ 1 milhão para adquirir 1 milhão de jogadores para um game com **5% de conversão** do que para um com 0,5%.
  - **Verdade #3:** *“Nobody Knows Anything”*. Designers não são diferentes. Precisam TESTAR seus designs.
-



**E veja que...**

---





# Fazer Games F2P...

---

# Fazer Games F2P...

- ... **NÃO** significa fazer games ruins, exploradores, que se aproveita de públicos vulneráveis a táticas sujas.
-



# Fazer Games F2P...

- ... **NÃO** significa fazer games ruins, exploradores, que se aproveita de públicos vulneráveis a táticas sujas.
  - Exemplos de games free-to-play  
**BONS....**
-



# Kingdoms of Camelot









# Games F2P podem ser BONS

- Estamos falando de como abordar um novo modelo de negócios, e **NÃO** de fazer games que detestaremos.

<http://www.guardian.co.uk/technology/appsblog/2013/mar/18/free-to-play-games-perspective>

*“Lucrative, not because they're evil scam-machines screwing cash out of unwilling players, but because people – normal people, not hardcore gamers or games developers – are enjoying them and wanting to spend money in them.”*

---