

Prison of Carbon

Refleksje na temat procesu tworzenia gry i projektowania

Dla koła naukowego RPG

Jakub „SceNtriC” Rojek

[@SceNtriC](#)

scentric@gmail.com



Adżenda for tudej

- Prison of Carbon – co to?
- Refleksje projektowe
- Refleksje techniczne
- Refleksje „biznesowe”



Refleksje „biznesowe”



Założenia

- Gra darmowa – ewentualnie rozważane były reklamy i rozwój w przypadku sukcesu, ale bardziej czerpanie zabawy
- Minimum 1000 pobrań
- Analiza zalet i czynników ryzyka już na etapie projektowania (SWOT)
- Brak prawdziwego marketingu (ze względu na finanse)



Zakładane miejsca promocji

- Blog
- Warsztat – portal oraz forum
- Gmail i Google Play – osobne konta
- Twitter – brak osobnego profilu
- Tumblr jako oficjalny blog gry – bardzo zły pomysł



Rejestracja developera na Google Play (1/2)

- Koszt: \$25 (opłata jednorazowa), \$1 dla weryfikacji, płatne przez Google Checkout
- Możliwa zapłata kartą prepaidową (np. BZ WBK – trzeba uważać na przelicznik waluty)
- Pełna rejestracja trwa teoretycznie 48 h
- W przypadku braku środków i ponowienia zapłaty czeka się w nieskończoność



Rejestracja developera na Google Play (2/2)

- Po interwencji u Google'a zawieszono transakcję
- Nowa transakcja przeszła bezproblemowo
- Można przesłać plik .apk i wszelkie materiały, ale upublicznienie możliwe dopiero po pobraniu pieniędzy przez Google
- Trwało to ok. 51,65 h
- Dodatkowa rejestracja w przypadku płatnych aplikacji (?)



Przydatne linki

- <https://play.google.com/apps/publish/signup/>
- <https://support.google.com/googleplay/android-developer/answer/113468?hl=pl>
- <http://antyweb.pl/jak-rozliczyc-przychody-ze-sprzedazy-aplikacji-w-app-store-i-google-play/>
- <http://antyweb.pl/jak-rozliczyc-przychody-z-reklam-na-stronie-internetowej-lub-w-aplikacji-mobilnej/>



Wskazówki przy publikowaniu (1/2)

- Pole „ocena treści” oznacza tak naprawdę dojrzałość odbiorców naszej aplikacji – im niższa tym lepiej się nadaje dla dzieci
- Dobra kategoria dla gry (od 2014 są nowe)
- Opis możliwy w wielu językach
- Warto przygotować sobie modyfikowalny tekst promujący aplikację (wykorzystać przy tym historię)
- Każda aktualizacja to ok. 2-4 godziny czekania na zaindeksowanie gry w sklepie



Wskazówki przy publikowaniu (2/2)

- Potrzebne 2-8 screenów (lepiej bliżej 8)
- Dodatkowo screeny dla tabletów 7- i 10-calowych, należy zadbać o proporcje
- Film promocyjny jest dobrym pomysłem, tak samo jak grafika promocyjna
- Logo musi być wyróżniające się („catchy”)
- Uważać na rozmiary
- Nie zapominać o polu „Co nowego?”
- Po opublikowaniu dostajemy masę maili z ofertami promocji i reklam



Informacje o grze w sklepie

Dodatkowe informacje

Zaktualizowano
15 września 2013

Rozmiar
7,7M

Instalacje
100-500

Aktualna wersja
1.2

Wymaga Androida
2.3.3 i nowsze

Ocena treści
Dla dzieci

Skontaktuj się z
programistą
[Odwiedź witrynę
programisty](#)
[Wyślij e-maila do
programisty](#)

Jest to łączna liczba indywidualnych
pobrań (niekoniecznie aktualne instalacje!)



Google Play Developer Console

- Statystyka – instalacje, oceny i deinstalacje z podziałem na wersję Androida, kraj, język, urządzenie, wersję i operatora
- Nie mamy dostępu do konkretnych użytkowników (przy darmowych aplikacjach)
- Oceny i opinie
- Awarie i błędy ANR
- Zarządzanie aplikacjami, porady od Google'a, możliwości optymalizacji itd.



Statystyka

- Możliwy podział na obecne, dzienne i łączne

STATYSTYKA

Dzienna liczba instalacji – urządzenia

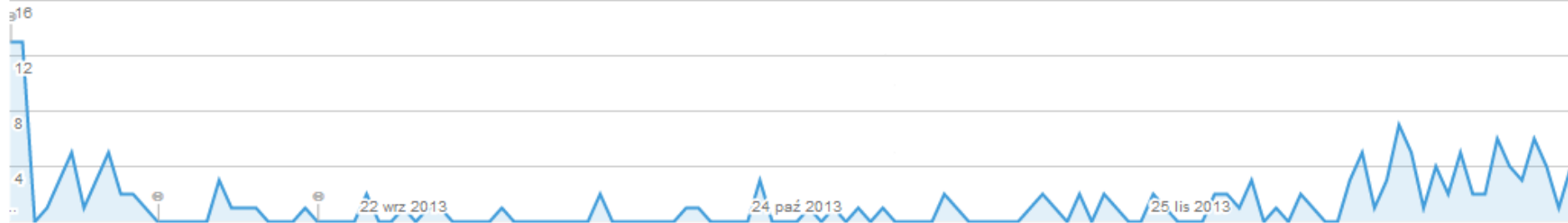


w okresie 21 sie 2013 - 26 gru 2013

[Eksportuj do pliku CSV](#)

Liczba urządzeń, na których w ciągu ostatniego dnia zainstalowano aplikację po raz pierwszy. [Więcej informacji](#)

Pokaż: [ostatni miesiąc](#) [3 mies.](#) [6 mies.](#) [rok](#) [wszystkie](#)



Analiza liczby pobrań

- Na początku duża liczba
- Przez kolejne parę dni PoC pojawiał się w różnych miejscach w sieci (np. Warsztat) – średnie skoki
- Do ok. początku grudnia skromne pobrania, do ok. 80-88, głównie z Polski i USA
- Od początku grudnia wzrost – ok. 3-5 pobrań dziennie, głównie z Rosji i egzotycznych krajów
- Obecna liczba: ok. 360 (stan na 17.05.2014)
- Obecna liczba instalacji: ok. 50-60



Refleksje dot. social media

- Na przełomie listopada i grudnia powstał fan page Prison of Carbon na Facebooku
- <https://www.facebook.com/pages/Prison-of-Carbon/201244980061469>
- Mimo tylko 3 polubień liczba pobrań wzrosła
- Wniosek: fan page na Facebooku dla gry jest koniecznością, niezależnie od stosunku do FB
- Posty z Tumblra powinny pojawić się na FB
- Wykop?



Generalne uwagi

- Warto mieć jakieś kontakty w środowisku dziennikarstwa „growego”, aby wspomnieć o grze
- Nie należy się bać wchodzenia z grą na różne portale (jeśli mamy co pokazać)
- <http://polygamia.pl/Polygamia/0,133567.html>
- Warto mieć jakąś prostą stronę dla gry z odnośnikami do social media i sklepów
- Rozważyć reklamy (kwestia API i prawa)
- Inaczej promocja wygląda przy bardziej poważnej aplikacji

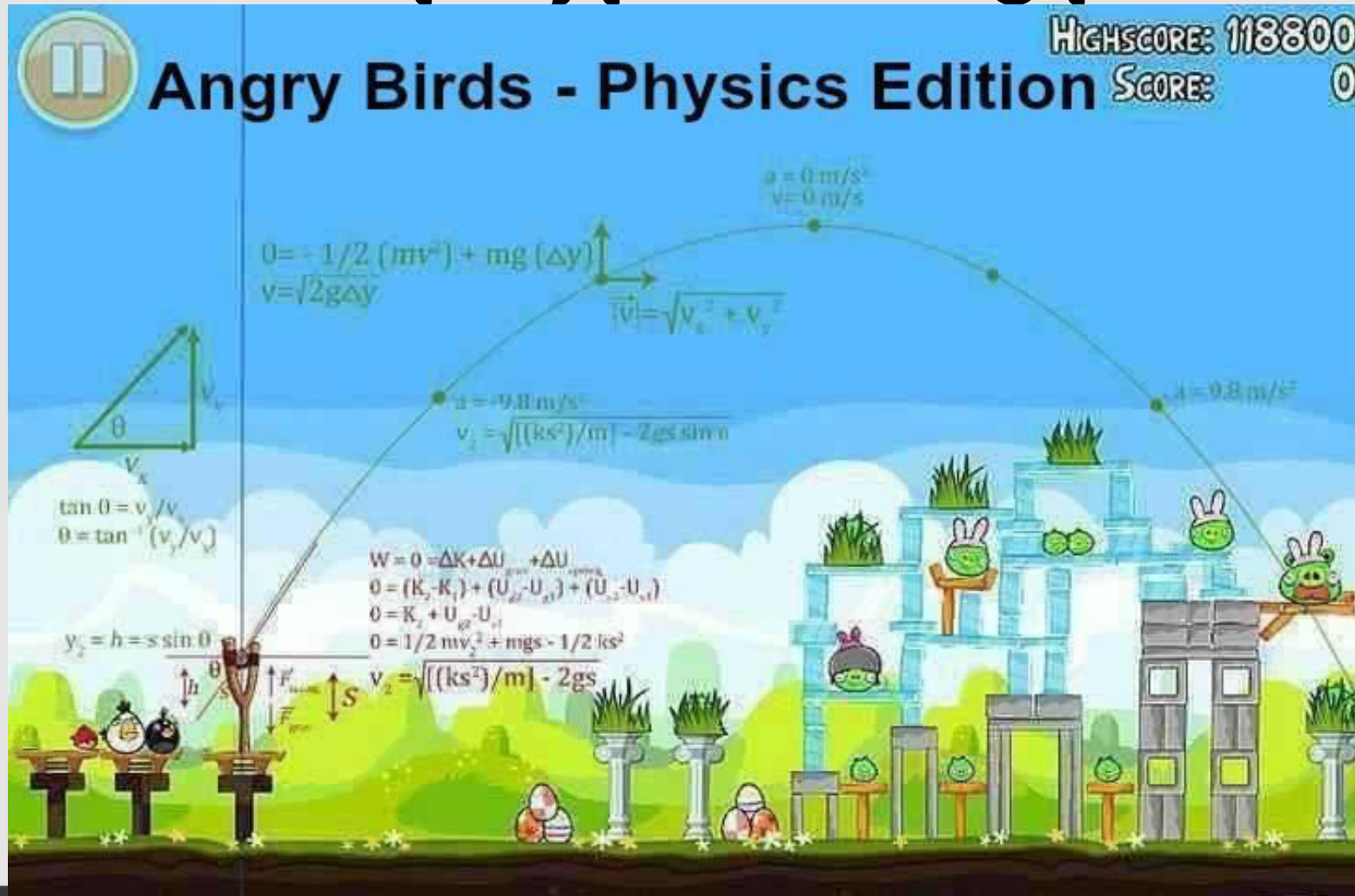


Podsumowanie

- Prison of Carbon został ukończony i wielu osobom nawet się podoba
- Tworzenie gry uczy BARDZO wielu rzeczy i narzędzi
- Dobry projekt jest najważniejszy – jeżeli gracze chcą grać w grę, to najważniejsze
- Warto spisywać choćby najważniejsze idee i dylematy
- LibGDX jest dobrym środowiskiem do gier 2D, choć nie wspomaga we wszystkim
- Warto zadbać o porządnego grafika
- Nie bać się Facebooka, Twittera i wpychania się ze swoją grą wszędzie gdzie się da, o ile zachowujemy pokorę i dystans



Dziękuję za uwagę!



<https://twitter.com/btxsqdr/status/396988128826630145/photo/1>