

# Game design de jeux vidéo

CM2-2 : Marketing de game design

Mickaël Martin Nevot

V2.1.2



Cette œuvre est mise à disposition selon les termes de la [licence Creative Commons Attribution – Pas d'Utilisation Commerciale – Partage à l'Identique 3.0 non transposé](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/).

# Argument Clé de Vente (ACV)

- *Unique selling point (USP)* en anglais
- Fonctionnalité unique à un jeu
- Mis en avant pour la promotion
- Exemples :
  - Alone in the Dark : premier *survival horror*
  - Prince of Persia : *gameplay* innovant

Le point unique qui fait « vendre »  
(même lorsqu'il n'y a rien à vendre littéralement)



# Public cible

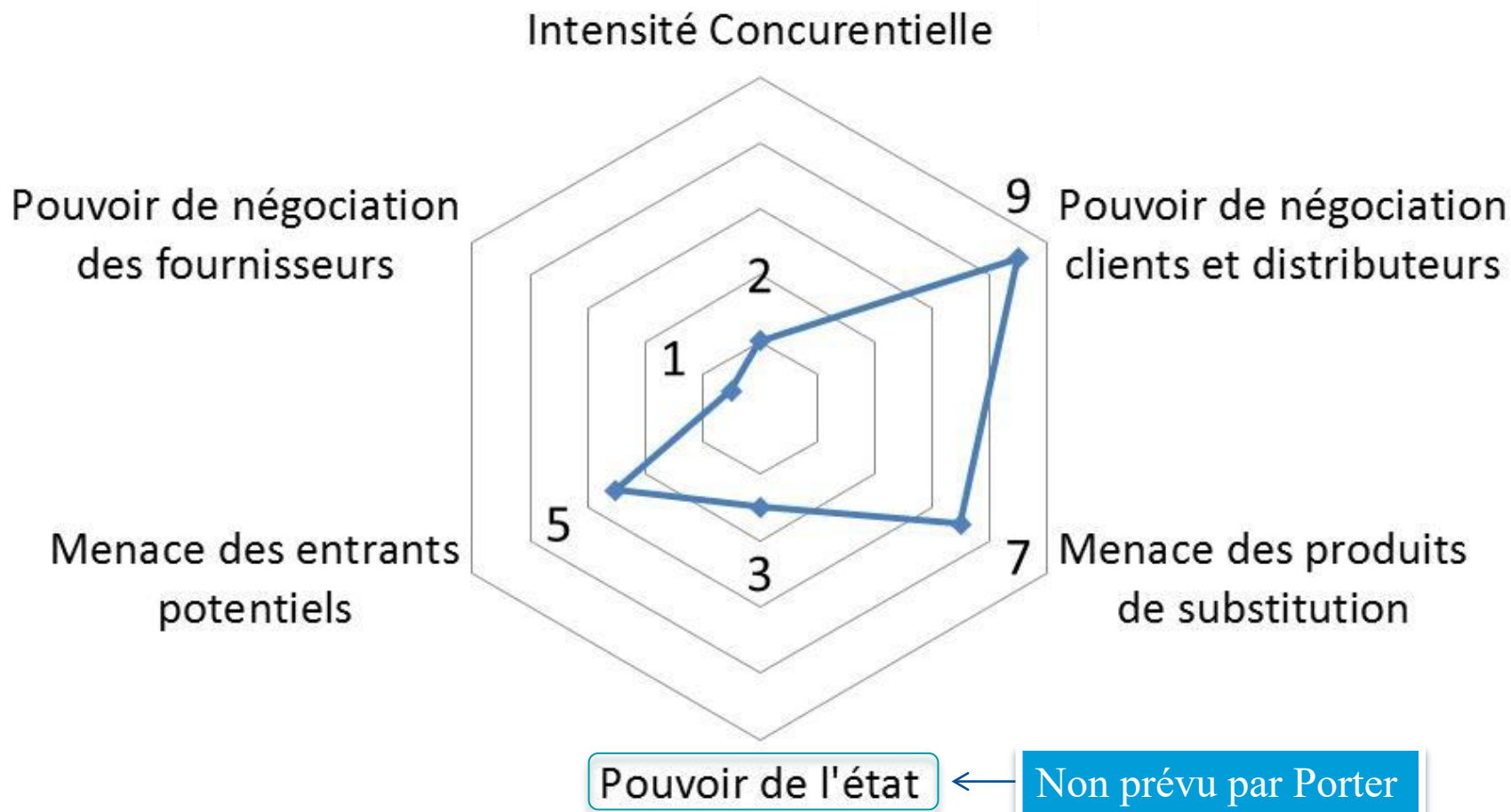
Cibler précisément pour toucher globalement

- Age :
  - Exemple : 15 à 35 ans
- Sexe :
  - Exemple : féminin
- Fréquence de jeu :
  - Exemple : basse (joueur occasionnel)
- Goûts :
  - Exemple : histoire d'amour, jeux à base de poupées, réussite
- Qualité requises :
  - Exemple : design d'intérieur, architecture, carriérisme
- Culture du jeu vidéo requise :
  - Exemple : faible à nulle

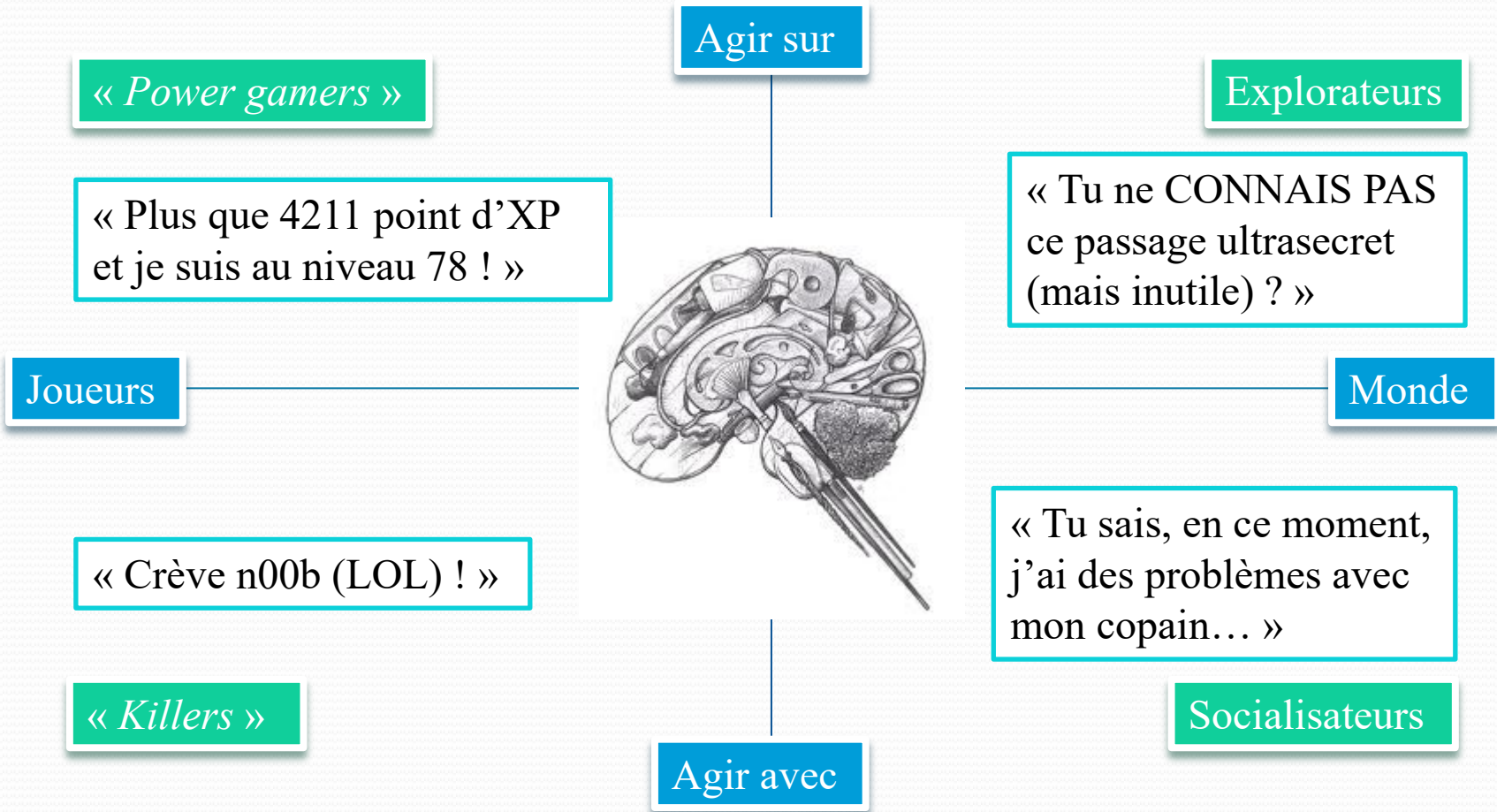


# Analyse de la concurrence

- Porter : Les 5 (+1) forces (modèle de la rivalité élargie)



# Stéréotypes de joueurs



# Crédits

## Auteur

Mickaël Martin Nevot

[mmartin.nevot@gmail.com](mailto:mmartin.nevot@gmail.com)



Carte de visite électronique

## Relecteurs

- Vincent Artaud

Cours en ligne sur [www.mickael-martin-nevot.com](http://www.mickael-martin-nevot.com)

