Game design de jeux vidéo

CM1-1 : Marketing de game design

Mickaël Martin Nevot

V3.2.0

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.

 BY-NC-SA

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)

 BY-NC-SA

Public cible

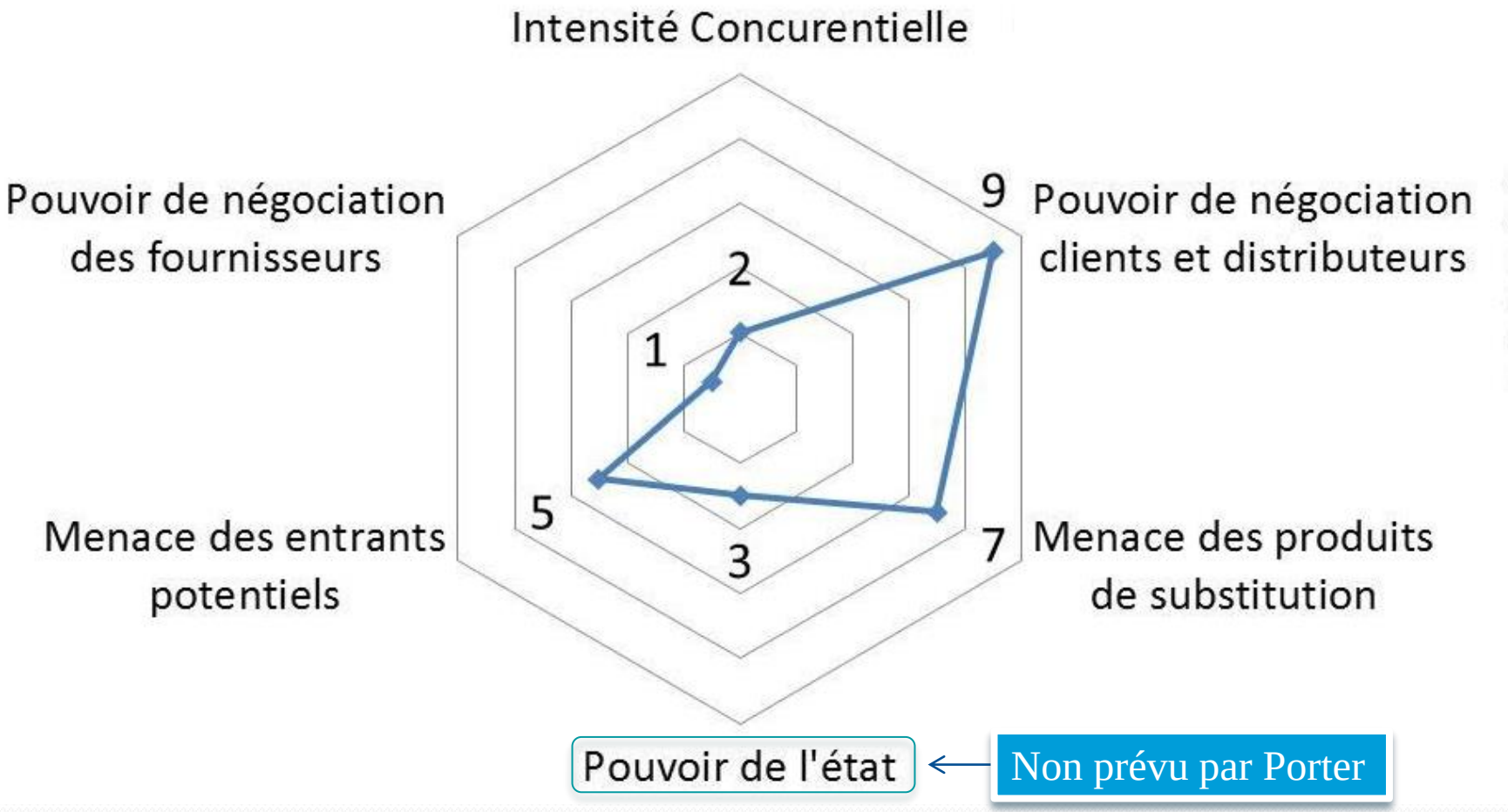
Cibler précisément pour toucher globalement

- 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

BY-NC-SA

Analyse de la concurrence

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



(cc) BY-NC-SA

Stéréotypes de joueurs

Agir

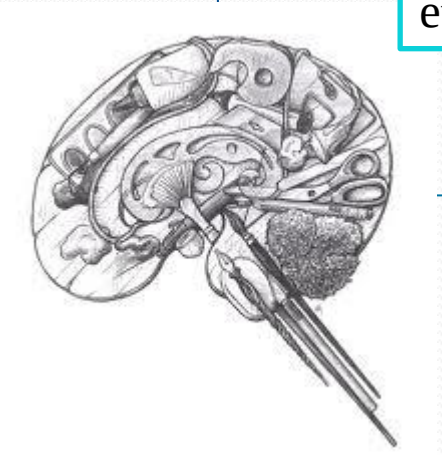
« Killers »

« Crève n00b (LOL) ! »

« Power gamers »

« Plus que 4211 point d'XP et je suis au niveau 78 ! »

Joueurs



Monde

« Tu sais, en ce moment, j'ai des problèmes avec mon copain… »

Socialisateurs

« Tu ne CONNAIS PAS ce passage ultrasecret (mais inutile) ? »

Explorateurs

Interagir

BY-NC-SA

Crédits

Auteur

Mickaël Martin Nevot
mmartin.nevot@gmail.com

Carte de visite électronique

Relecteurs

- Vincent Artaud

Cours en ligne sur : www.mickael-martin-nevot.com

BY NC SA