

Initiation au game design

CM1-1 : Marketing de game design

Mickaël Martin Nevot

V1.1.0



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](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/).

Initiation au game design

- I. Présentation
- II. Marketing de game design
- III. Concept de jeu vidéo
- IV. Gameplay, micro-gameplay

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

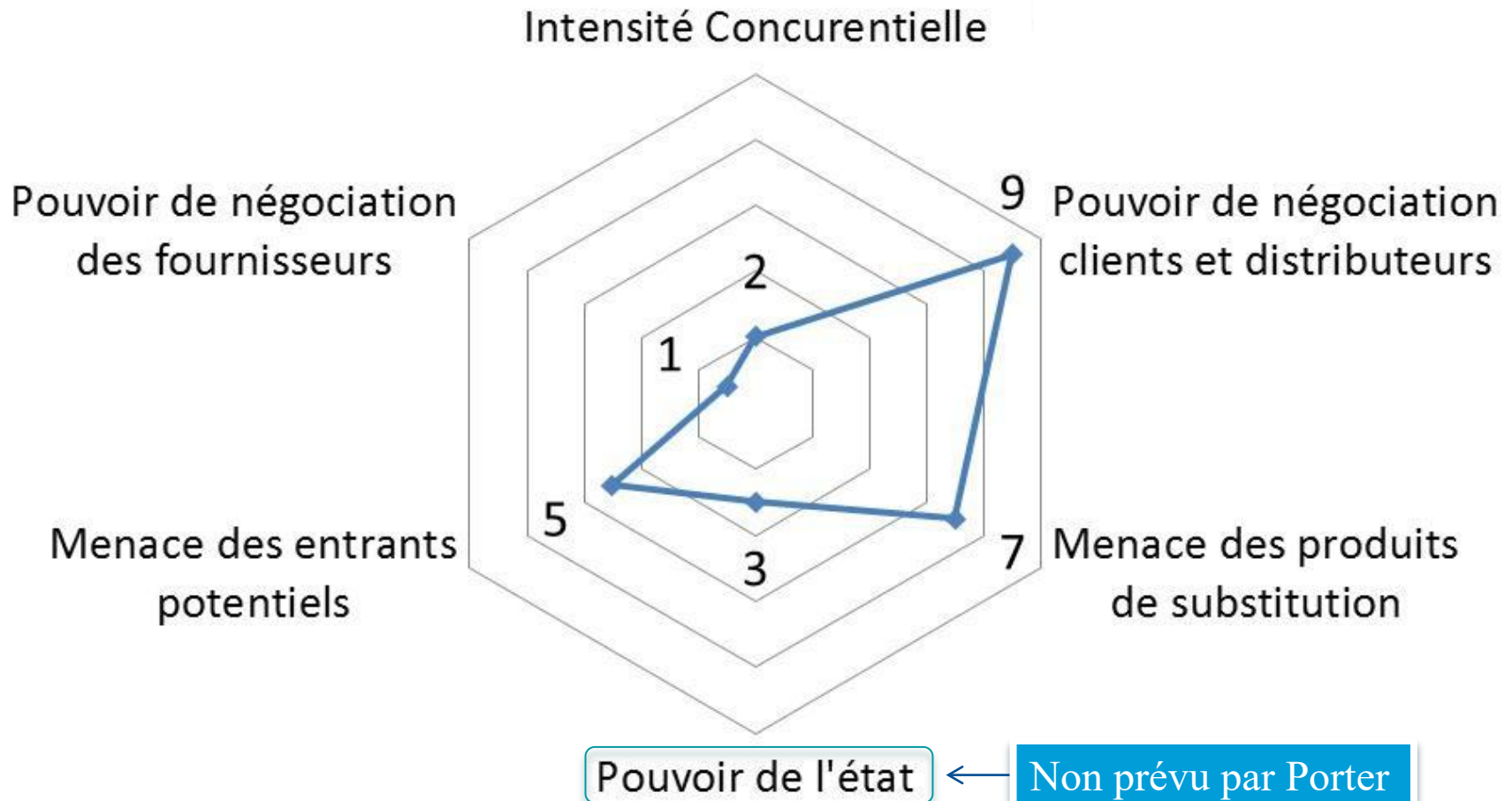
Cibler précisément pour toucher globalement

- 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

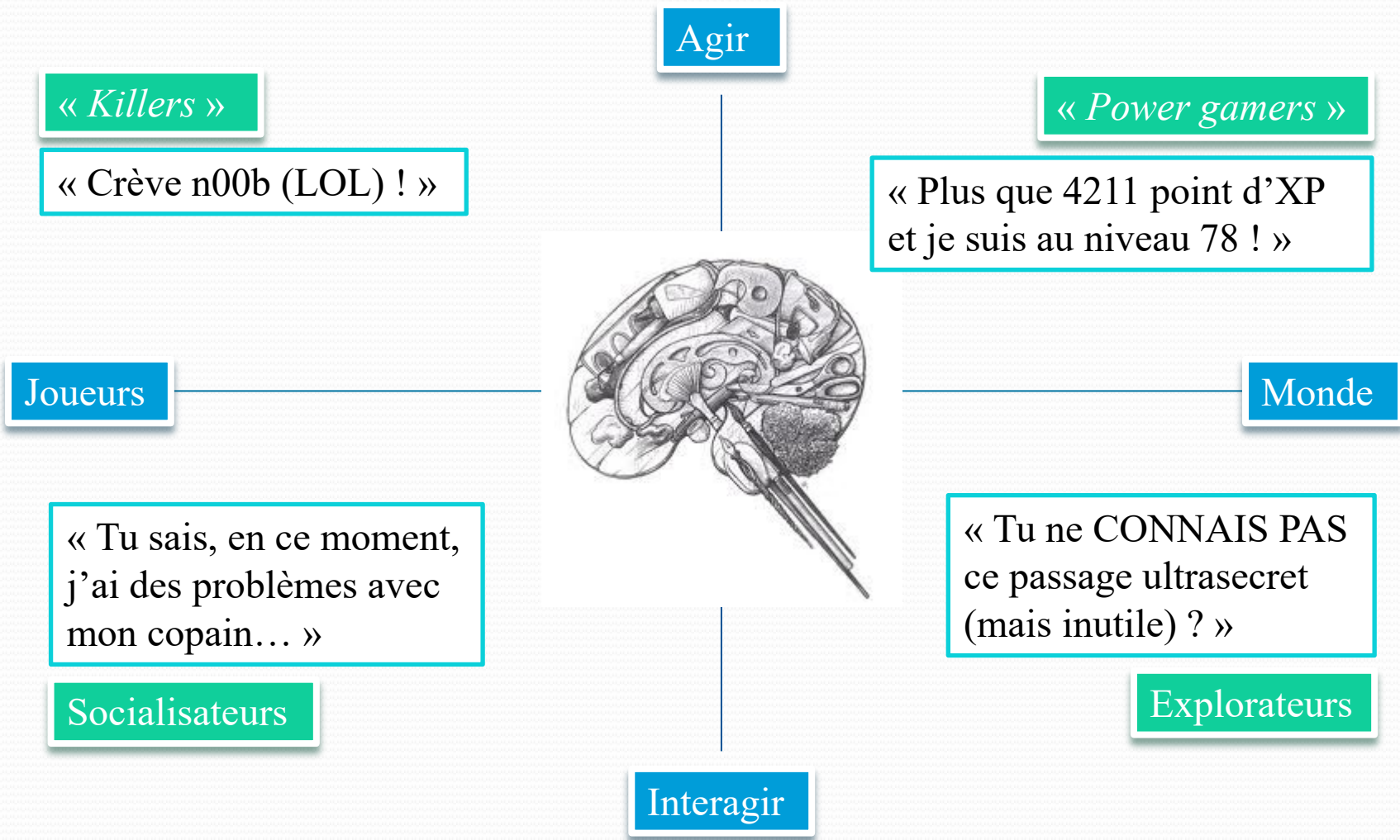


Analyse de la concurrence

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



Stéréotypes de joueurs



Crédits

Auteur

Mickaël Martin Nevot

mmartin.nevot@gmail.com



Carte de visite électronique

Relecteurs

- Vincent Artaud

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

