

Saimaan ammattikorkeakoulu  
Tekniikka Lappeenranta  
Tietotekniikan koulutusohjelma  
ICT-yrittäjyys

Tomi Jurvanen

## **Mobiilipelin monetisaatio pelisuunnittelussa**

Opinnäytetyö 2014

## **Tiivistelmä**

Tomi Jurvanen

Mobiilipelin monetisaatio pelisuunnittelussa, 19 sivua, 1 liite

Saimaan ammattikorkeakoulu

Tekniikka Lappeenranta

Tietotekniikan koulutusohjelma

ICT-yrittäjyys

Opinnäytetyö 2014

Ohjaaja: tuntiopettaja Päivi Ovaska, Saimaan ammattikorkeakoulu

Opinnäytetyön tavoitteena oli toteuttaa Chameleon-nimiseen mobiilipeliin monetisaatio. Opinnäytetyö toteutettiin Goodkind Oy -nimisessä yrityksessä, jonka tuotteita Chameleon mobiilipeli on.

Peli toteutettiin aluksi Game Maker -pelimoottoria käyttäen, mutta sen jälkeen kun pelille saatiin julkaisija, jouduttiin se toteuttamaan uusiksi käyttäen Unity-pelimoottoria. Julkaisijan saaminen vaikutti myös siihen, että päädyimme käyttämään free-to-play-monetisaatiomallia.

Lopputuloksena toteutimme mobiilipelin, jossa käytetään free-to-play-monetisaatiomallia. Pelissä tultiin käyttäneeksi progress gate -ideaa sekä myymään pelaamista helpottavia tavaroita.

Avainsanat: mobiilipeli, monetisaatio, pelisuunnittelu

## **Abstract**

Tomi Jurvanen

A mobile game monetization in game design, 19 pages, 1 appendix

Saimaa University of Applied Sciences

Technology Lappeenranta

Degree Programme in Information Technology

ICT-entrepreneurship

Bachelor's Thesis 2014

Instructor(s): Ms Päivi Ovaska, Lecturer, Saimaa University of Applied Sciences

The objective of this thesis was to develop monetization into a mobile game called Chameleon. The project was commissioned by Goodkind Ltd.

At first the mobile game was developed with Game Maker -game engine. Game engine had to be swapped into Unity-game engine since the game got a publisher. Free-to-play-monetization model was chosen since it was in canon with other games by the same publisher.

As a result of this project a mobile game was made which uses free-to-play-monetization model. Game design methods called progress gate and in-app upgrades were used.

Keywords: mobile game, monetization, game design

## Sisältö

Termit ja käsitteet.....	5
1 Johdanto .....	7
2 Pelisuunnittelu.....	7
2.1 Pelisuunnittelun määritelmä .....	7
2.2 Mobiilipelien suunnittelun ominaispiirteet .....	8
2.3 Pelisuunnittelun asema peliprojektissa.....	8
3 Monetisaatio.....	9
3.1 Monetisaation määritelmä .....	9
3.2 Yleisimmin käytetyt monetisaatiomallit .....	10
3.2.1 Premium .....	10
3.2.2 Freemium.....	10
3.2.3 Free-to-play .....	11
3.3 Monetisaatio pelisuunnittelussa.....	11
4 Toteutus .....	12
4.1 Chameleon-projekti .....	12
4.2 Free-to-play-monetisaatiomalli tässä projektissa.....	13
5 Pelin arviointi.....	15
6 Yhteenveto.....	17
Kuvat.....	18
Taulukot .....	18
Lähteet.....	19

## Liitteet

- Liite 1 Gamesbrief-taulukko

## Termit ja käsitteet

ARPPU	ARPPU on lyhennetty sanoista Average Revenue Per Paying User, joka tarkoittaa rahaa käyttävien pelaajien koko tämän pelin parissa käytetyn rahan määrää per käyttäjä.
Delfiinit	Delfiineiksi kutsutaan käyttäjiä, jotka käyttävät peleihin rahaa, mutta eivät suuria summia.
Fysiikkapohjainen	Fysiikkapohjaisella tarkoitetaan, että fysiikat on otettu huomioon osana pelikokemusta. Yleensä fysiikkapohjaisissa peleissä pyritään mallintamaan oikean maailman fysiikoita, vaikkakaan pelit eivät ole niihin rajoitettu.
Monetisaatio	Monetisaatio tarkoittaa pelin mekanismeja ja tapoja, joilla pelillä tullaan tekemään rahaa. Tämä sana on johdettu englannin kielisestä sanasta 'monetization'.
Pelimoottori	Pelimoottori on ohjelmistoalusta, jonka varaan peli tullaan rakentamaan. Pelimoottori hoitaa ohjelmoijan puolesta matalantason kutsut laitteiden välillä, jolloin ohjelmoija voi keskittyä korkeantason ohjelmointiin.
Progress gate	Tätä termiä käytetään, kun pelaajan eteneminen estetään jossain vaiheessa peliä. Tämä voidaan ajatella tietyllä tavalla tullina, jossa pelaajan pitää käyttää rahaa tai suorittaa joitain tehtäviä.
Sintit	Sinteiksi kutsutaan käyttäjiä, jotka eivät tule käyttäneeksi peleihin rahaa. Suurin osa pelaajista kuuluu tähän ryhmään.
Taso	Taso on yksi alue pelissä, jossa pelaajalla on usein asetettu joku tavoite. Tämän tavoitteen saavutettuaan

pelaaja pääsee seuraavalle tasolle ja näin etenee pelissä eteenpäin.

Valaat

Valaiksi kutsutaan käyttäjiä, jotka kuluttavat mobiilipeleihin eniten rahaa. Heidän käyttämät rahamäärät ovat merkittävästi suurempia kuin muiden.

# 1 Johdanto

Suoritin opinnäytetyöni Goodkind Oy nimisessä peliyrityksessä. Goodkind Oy perustettiin vuonna 2011 marraskuussa Saimaan ammattikorkeakoulun tietotekniikan ICT-yrittäjyyteen suuntautuneiden oppilaiden toimesta. Goodkind Oy tarjosi opiskelijoille mielekkään ympäristön opiskella tietotekniikkaa heitä kiinnostavalla tavalla.

Opinnäytetyöni on tehty Chameleon-nimisen peliprojektin ympärille. Chameleonissa ideana on ampua vihreä kameleontti ilmaan ja syödä sen jälkeen pelialueelta kaikki karpäset.

Tällä hetkellä mobiilipelit ovat suosittuja ja niiltä odotetaan tulevalla vuosikymmenellä merkittävää kasvua pelialalle. Kasvu ja uudet mahdollisuudet houkuttelevat mobiilipelien pariin paljon uusia startup-yrityksiä. Myös Goodkind Oy on päättänyt investoida mobiilipeleihin suurten voittojen toivossa.

Tässä opinnäytetyössä käsitellään seuraavaksi pelisuunnittelua ja sen asemaa peliprojektissa, jonka jälkeen puhutaan monetisaatiosta pelialalla. Monetisaation jälkeen kerrotaan, kuinka yhdistimme sen ja pelisuunnittelun Chameleon-peliprojektissa. Lopussa arvioidaan pelin monetisaation onnistumista ja viimeisenä on yhteenveto opinnäytetyöstä.

## 2 Pelisuunnittelu

### 2.1 Pelisuunnittelun määritelmä

Pelisuunnittelulla tarkoitetaan suunnittelua, jolla pyritään hahmottamaan pelin sääntöjä ja elementtejä ennen niiden varsinaista toteuttamista. Suunnittelulla pyritään määrittelemään, miten peli kommunikoi pelaajan kanssa. Se, miten peli viestii pelaajalle pelin tapahtumista, säännöistä sekä mitä pelillä halutaan kertoa, määritellään pelisuunnittelulla. (1, s. 40-41.)

Pelisuunnittelulla toteutetaan suunnitteludokumentteja sekä pelisuunnitelma, jotka toimivat pohjapiirustuksina muille kehittäjille. Niiden perusteella ohjelmoijat

tietävät, miten pelin tulisi käyttäytyä tietyissä tilanteissa, sekä graafikot tietävät, millaista graafista tyyliä peliin haetaan. (1, s. 46.)

Pelisuunnittelu aloitetaan jo projektin esituotantovaiheessa ja se jatkuu monesti projektin loppuun saakka. Pelisuunnittelulla pyritään esituotantovaiheessa selvittämään pelin perusmekaniikkoja ja yleistä ilmettä, joiden perusteella voidaan arvioida tuotannon laajuutta ja sen tulevia tuotantovaiheita sekä ratkaisuja. (1.)

## **2.2 Mobiilipelien suunnittelun ominaispiirteet**

Sanalla mobiilipeli tarkoitetaan pelejä, joita pelataan kannettavalla laitteella kuten älypuhelimella tai taulutietokoneella. Mobiilipelillä ei kuitenkaan tarkoiteta pelaamiseen erikoistuneiden kannettavien laitteiden pelejä, kuten Nintendo DS:n pelejä. Nykyään yleensä mobiilipelit tehdään kosketusnäyttöpohjaisille laitteille. (2.)

Mobiililaitteista löytyy suuri variaatioiden määrä erilaisia laitteita hyvin erilaisella varustuksella. Esimerkiksi on paljon älypuhelimia eri kokoisilla näytöillä kuin myös eri RAM-muistin määriä sisältäviä laitteita. Tämän takia harvemmin mobiilipeleissä voidaan luottaa täysin tekniseen suorituskykyyn grafiikan piirtämisessä ja fysiikoiden laskemisessa, toisin kuin esimerkiksi tietokoneissa ja pelikonsoleissa. (2.)

## **2.3 Pelisuunnittelun asema peliprojektissa**

Pelituotanto voidaan jakaa useisiin osa-alueisiin. Muun muassa ohjelmointi ja graafinen toteutus ovat keskeisessä osassa pelin toteutuksen kannalta. Ohjelmoinnissa pidetään huoli, että laite toistaa peliä tietyllä tavalla pelaajalle, kun taas graafisessa toteutuksessa pidetään huoli pelin näyttävyydestä. Kaikilla osa-alueilla on oma vastuhenkilö, joka valvoo osa-alueensa toimintaa ja pitää tasoa yllä.

Peliprojekteissa on useiden osa-alueiden osaajista koostuvat suunnittelutiimi. Suunnittelutiimiin kuuluu monesti pelisuunnittelijan lisäksi myös mm. konseptikuvittaja ja käsikirjoittaja kuin myös projektin osa-alueiden vastuuhenkilöitä. Konseptikuvittajan tehtäviin kuuluu tehdä pelistä



konseptikuvia, jotka toimivat suuntaviivoina pelin varsinaisen grafiikan tekemiselle. Käsikirjoittaja toteuttaa peliin käsikirjoituksen, mikäli pelissä on tarina, ja kuvailee pelin maailmaa muille pelintekijöille. Konseptitaiteilijalle tämä on erittäin tärkeää, sillä hän pyrkii kuvittamaan maailman näiden kuvailujen perusteella. Muita suunnittelutiimiin kuuluvia vastuuhenkilöitä voivat olla esimerkiksi pääohjelmoija, joka osaa sanoa, miten kauan asioiden ohjelmointiin tulisi menemään, ja joka osaa tuoda esille ongelmakohtia ohjelmoinnin näkökulmasta. Suunnittelutiimiin kuuluu yleensä myös pelin tuottaja, joka pyrkii pitämään kokonaisuuden kasassa ja budjetissa. Pelisuunnittelijan tehtäviin kuuluu toimia eräänlaisena tulkkina näiden eri osa-alueiden osaajien välillä, jotta jokainen tulkitsee samalla tavalla suunnitteludokumentteja. (1, s. 53.)

Pelisuunnittelussa kirjoitetaan pelisuunnitelma, joka pitää sisällään pelistä kaikki yksityiskohdat, joita pelin toteuttaminen tuotannon läpi vaatii. Näiden tietojen perusteella voidaan hahmottaa, miten pelin tulisi toimia kokonaisuutena sekä miten peli tulee kommunikoimaan pelaajan kanssa. Pelisuunnitelman avulla tekijät tietävät, miten pelin pitäisi valmiina toimia ja voivat toteuttaa peliä haluttuun suuntaan. (1, s. 168-170.)

Tulevat tuotannon ongelmakohdat pyritään selvittämään pelisuunnittelulla. Kun pelisuunnittelussa ollaan saavuttu tiettyyn pisteeseen, jossa pelin kokonaiskuva alkaa olla selvillä, voidaan arvioida tiettyjen mekaniikoiden toimivuutta keskenään. Tällöin voidaan havaita mahdolliset ongelmakohdat ja ratkaista ne ennen kuin ne menevät varsinaiseen tuotantoon. (1, s. 170.)

### **3 Monetisaatio**

#### **3.1 Monetisaation määritelmä**

Monetisaatio-termiä on lähes mahdotonta kääntää tyhjentävästi suomen kielelle, sillä se on laajempi käsite pelien rahastuksessa. Monetisaatio tarkoittaa mekanismeja ja tapoja, joilla kuluttaja pystyy käyttämään oikeaa rahaa peliin. Monetisaatio tarkoittaa myös menetelmiä, joilla peli on tarkoitus tuotteistaa tuottamaan rahaa. (3, s. 25.)

Videopelit olivat aluksi ilmaisia laboratorionkokeita yliopistoissa. Videopelien kaupallinen potentiaali kuitenkin huomattiin ja niiden ympärille perustettiin yrityksiä. Menetelmät tehdä rahaa peleillä ovat vaihdelleet, sitä mukaan kun tavat ja laitteet, joilla ihmiset pelaavat ovat vaihtuneet ja teknisesti kehittyneet. Nykyään yhdeksi suosituimmaksi malliksi on noussut free-to-play-malli, jossa itse peli annetaan ilmaiseksi, mutta erilaiset lisäominaisuudet maksavat. (4, s. 20-24.)

## **3.2 Yleisimmin käytetyt monetisaatiomallit**

### **3.2.1 Premium**

Premiumilla tarkoitetaan pitkään pelialalla standardina toiminutta tapaa monetisoida pelejä, joka käytännössä toimii niin, että pelistä pyydettiin tietty summa rahaa etukäteen. Tämän jälkeen pelaajalla on käytettävissään pelin koko sisältö. Muun muassa perinteiset kaupan hyllyltä ostettavat pelit ovat monetisoitu tätä premium-mallia käyttäen. (5, s.17-18.)

Tämä monetisaatiomalli ei juurikaan ole kehittynyt yli 30-vuotisen historiansa aikana. Monet yritykset ovat pyrkineet saamaan mahdollisimman suuria tuottoja kehittämällä lisäosia peleihin, joita myydään varsinaisen pelin julkaisun jälkeen. Uusimpana ilmiönä tähän premium-monetisaatiomalliin on tullut erilaiset keräilyversiot, joissa on varsinaisen pelin lisäksi myös peliin liittyvää lisämateriaalia, kuten julisteita ja leluja.

### **3.2.2 Freemium**

Freemium on tietyllä tavalla vanhan shareware-mallin jälkeläinen. Freemium-mallissa ideana on, että peliä voidaan aluksi pelata ilmaiseksi, mutta pelaajalta tullaan vaatimaan rahan käyttöä myöhemmin. (5, s. 23-24.)

Käytännössä malli on toiminut niin, että pelaajan annetaan pelata tiettyyn pisteeseen peliä, jonka jälkeen pelaajalta kysytään, haluaako hän jatkaa. Jatkaakseen tästä kohdasta eteenpäin, pelaaja joutuu käyttämään oikeaa rahaa. (5, s. 23-25.)

### **3.2.3 Free-to-play**

Free-to-play-monetisaatiomallissa peliä jaetaan ilmaiseksi ja sitä voidaan myös pelata jatkossakin ilmaiseksi, mutta pelissä on maksullisia ominaisuuksia. Nämä ominaisuudet monesti ovat pelaamista helpottavia ominaisuuksia, kuten odotusaikojen lyhentämistä tai hankalasti saatavien varusteiden saaminen helposti. (5, s. 25-26.)

Free-to-play on nykyään yksi suosituimpia monetisaatiomalleja. Tämän monetisaatiomallin etuja ovat, että sillä saavutetaan mahdollisimman suuri yleisö sekä hyvin toteutettuna siinä on lähes rajattomat mahdollisuudet tehdä rahaa. Tämä on etenkin monien moninpelien kohdalla huomattu erittäin toimivaksi malliksi, sillä ilmaiseksi pelaavat tuovat kuitenkin omalla pelaamisellaan lisäsisältöä niille pelaajille, jotka ovat käyttäneet pelaamiseen myös oikeaa rahaa.

### **3.3 Monetisaatio pelisuunnittelussa**

Kun lähdetään suunnittelemaan monetisaatiota videopeliin, niin kaikkein keskeisimmässä roolissa on itse pelaaja. Suunnittelussa pitää osata ottaa huomioon, kuinka pelaaja tulee käyttäytymään pelin aikana ja myös pelaajan tarpeet peliä pelatessa. Voidaan lähteä muun muassa miettimään, missä kohdissa pelaaja tarvitsee apua, jolloin voitaisiin rahaa vastaan tarjota esimerkiksi oikoreittiä.

Toimiviksi havaittuja koukkuja on useita. Yksi tehokkaimmista on, että pelaajalle näytetään, minkä tavaran hän mahdollisesti saa, mikäli onnistuu pääsemään sen hetkisen tason läpi. Mikäli hän epäonnistuu, tavoiteltu tavara menetetään pysyvästi. Pelaajalle tarjotaan epäonnistumisen sattuessa mahdollisuutta kokeilla uudestaan kyseistä tasoa. (6.)

Tässä projektissa tulimme käyttäneeksi progress gate -nimistä monetisaatiokeinoa, jossa ideana on estää pelaajan etenemistä tietyssä vaiheessa peliä. Tällöin pelaajalle laitetaan ehtoja, joista yhden pitää toteutua, jotta pelaaja pääsee jälleen jatkamaan eteenpäin. Yleisimmin käytetyt ehdot ovat seuraavat: 1. Pelaaja voi käyttää oikeaa rahaa ja maksaa päästäkseen eteenpäin. 2.

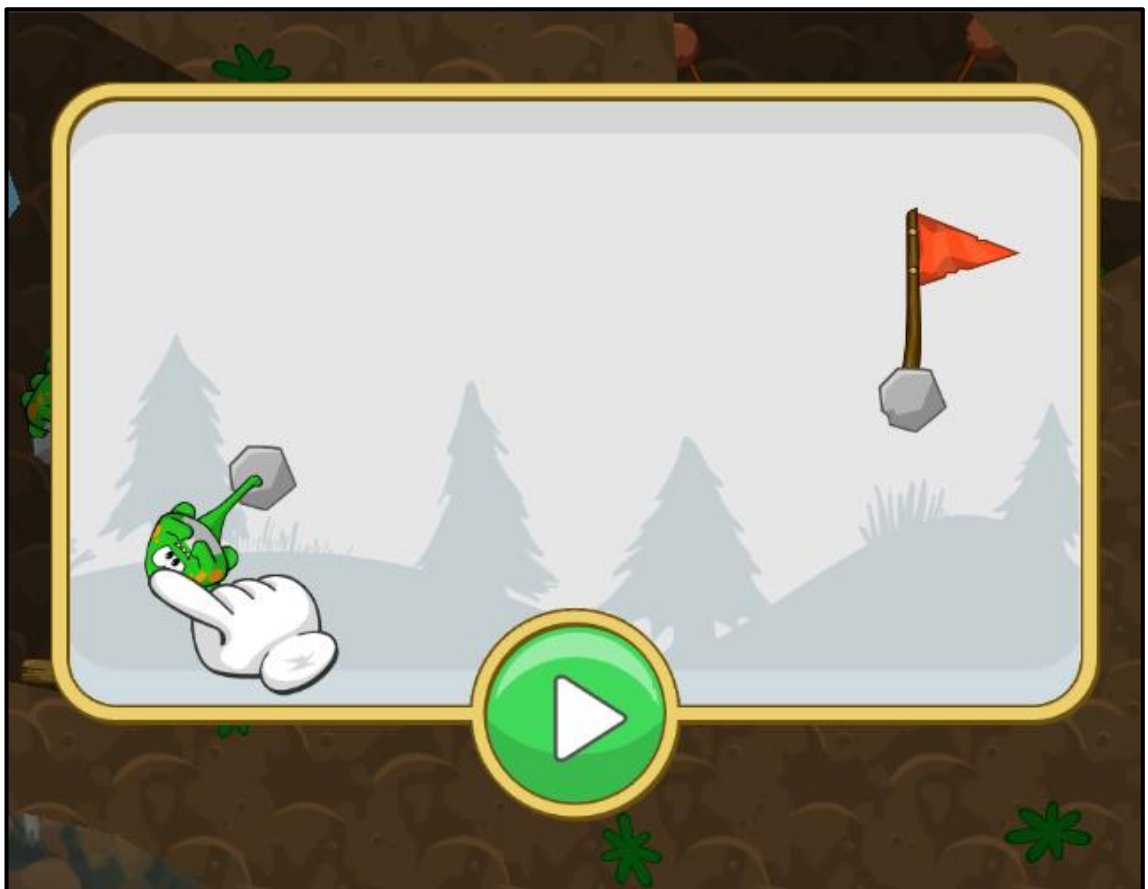
Pelaaja voi käyttää ns. sosiaalista valuuttaa, mikä käytännössä tarkoittaa, että hän joutuu kutsumaan pelin pariin muutaman kaverin. 3. Pelaaja voi pelata peliä muutaman vaikeamman kentän, jotka läpäistyään hän voi jatkaa eteenpäin. (6.)

## 4 Toteutus

### 4.1 Chameleon-projekti

Chameleon on mobiilipeliprojekti, jonka kehittämisen Goodkind Oy on aloittanut vuoden 2013 keväällä. Projektin tarkoituksena on toteuttaa fysiikkapohjainen pulmapeli, jossa pelaajan tehtävänä on ohjata kameleonttia hyppimällä kiveltä toiselle ja samalla syöden ilmalennon aikana kärpäsiä.

Käytännössä pelaaminen tapahtuu niin, että kameleontti ammutaan lentoon kiveltä vetämällä kameleonttia sormella pitkin ruutua, jolloin kameleontin elastinen häntä venyy ja päästettäessä kameleontti lähtee lentoon kuin ritsalla ammuttuna aivan kuten kuvassa 1 esitetään.



Kuva 1. Tutoriaalissa näytetään, kuinka kameleontti ammutaan lentoon.

Tämän ilmalennon aikana pelaaja pystyy nappamaan kameleontin kielellä karpäsiä pyyhkäisemällä sormella niiden yli. Ilmalennon päätteeksi pelaajan on pidettävä huoli, että kameleontti päätyy jollekin toiselle kivelle istumaan.

Aluksi projekti oli tarkoitus toteuttaa Game Maker -pelimoottorilla, mutta sittemmin pelimoottoria jouduttiin vaihtamaan, sillä pelin julkaisijalla oli Unity-pelimoottorissa toimivat liitännäiset. Kun pelimoottoria jouduttiin vaihtamaan, peli oli grafiikoiltaan ja ominaisuuksiltaan valmis, mutta peli jouduttiin ohjelmoimaan uusiksi toisella ohjelmointikielellä.

Julkaisijan saaminen vaikutti olennaisesti projektin monetisaatiomallin valitsemiseen, sillä pyrimme yhdenmukaistamaan pelimme muihin julkaisijan pelien monetisaatiomalleihin. Tämä tehtiin siksi, jotta meidän tekemämme peli olisi lähempänä julkaisijan jo julkaistujen pelien tekemää ratkaisua. Yhdenmukaisuus on hyvä asia, sillä muista peleistä siirtyvät pelaajat kokevat maksutavat tutuiksi ja kynnys käyttää rahaa on matalampi.

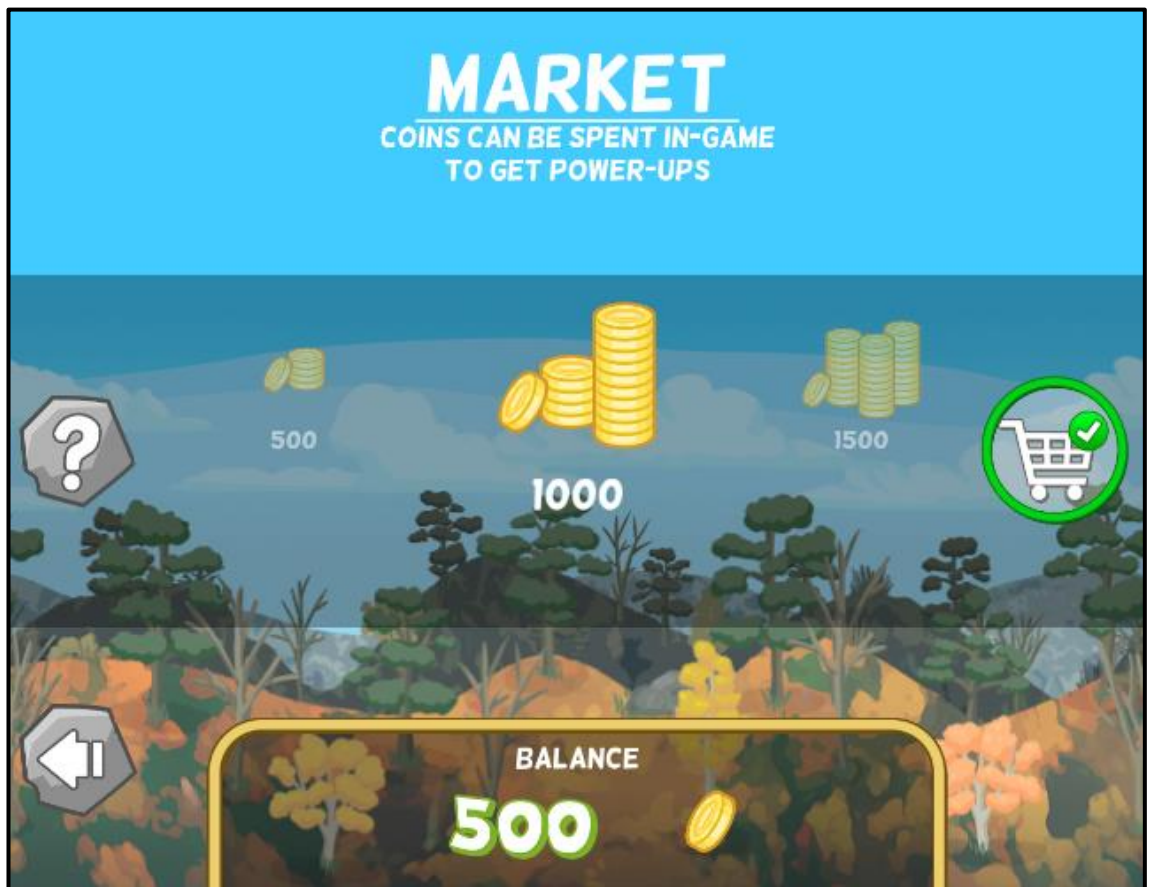
#### **4.2 Free-to-play-monetisaatiomalli tässä projektissa**

Kun lähdimme pohtimaan pelaajan tarpeita, niin erilaisia pelaamista helpottavia ideoita alkoi syntyä. Tekemämme peli osoittautui testeissä varsin haastavaksi pelaajille, joten uskoimme erilaisten pelaamista helpottavien tavaroiden menevän kaupaksi etenkin aloittelijoiden parissa. Yhdeksi vaikeimmista toimenpiteistä pelaajalla osoittautui kameleontin saaminen tiettyyn suuntaan, joten päätimme tehdä pelaajalle mahdollisuuden ostaa tasoihin tavarain, joka näyttää kameleontin lentoradan jo ennen laukaisua.

Tarkastellessamme muita markkinoilla olevia Chameleonin kaltaisia pelejä keksimme lisätä ostettavia tavaroita, jotka rikkoisivat pelin kaavan. Teimme peliin muun muassa sellaisen tavarain, jolla pelaajan ei enää tarvinnut hyppiä kiveltä toiselle vaan hän pystyi lentämään, missä ikinä halusi.

Päätimme tarjota pelaajalle mahdollisuutta ostaa pelivaluuttaa, jota hän voi käyttää tasoissa ostaakseen pelaamista helpottavia tavaroita. Nämä tavarain ovat tasokohtaiset, joten mikäli pelaaja haluaa käyttää tiettyä tavaraa jokaisessa

tasossa, niin hänen on ostettava se jokaisessa tasossa erikseen. Pelaajat voivat ostaa pelin sisäistä valuuttaa marketista, joka näkyy kuvassa 2.



Kuva 2. Pelin sisäinen kauppa.

Päädyimme myös kokeilemaan progress gate -ideaa, jonka selitin aikaisemmin luvussa "3.3 Monetisaatio pelisuunnittelussa". Progress gate soveltuu tähän peliin sujuvasti, sillä tässä pelissä on paljon tasoja, jotka on jaettu lukuihin. Progress gaten tarkoituksena on rytmittää peliä asettamalla tietyn tauon näiden lukujen väliin, kuten kuvassa 3, jottei pelaajat kuluta pelin sisältöä liian nopeasti. Tarkoituksenamme on hyödyntää kaikkia kolmea esittelemääni perusideaa eli mahdollisuus käyttää oikeaa rahaa, sosiaalista valuuttaa ja vaikeiden tasojen läpäisyä.



Kuva 3. Progress gate pelissä.

## 5 Pelin arviointi

Kunnollisia testejä käyttäjillä emme ehtineet vielä järjestämään aiemmin mainitun pelimoottorin vaihdoksen vuoksi. Tuntuma, joka meillä on tämän pelin tämän hetkiseen monetisaation toteutukseen, on puhtaasti meidän oman arviomme varassa. Nämä ratkaisut kuitenkin tuntuvat meidän omalta kohdaltamme parhaimmilta ratkaisuilta.

Videopelien monetisaatioon erikoistunut verkkosivu Gamesbrief on julkaissut verkkosivuillaan taulukon, jolla voidaan tehdä ennakoivia laskelmia free-to-play-pelin tuottoihin. Tässä taulukossa on ideana, että pelinkehittäjät voivat syöttää omat arvionsa tai jo kerätyn tiedon pohjalta arvot eri kenttiin, jolloin taulukko laskee arvion tuleville kuukausille. Teimme tällä taulukolla arvion meidän pelimme tulevista tuotoista nojaten tämän pelin julkaisijan aikaisempien pelien vastaaviin lukuihin. (7.)

Taulukossa 1 on arvot, jotka syötimme uusia käyttäjiä käsitteleviin kohtiin. Ensimmäisenä on arvio siitä, kuinka paljon yhden kuukauden aikana hankitaan uusia pelaajia. Sen jälkeen tehdään arvio, kuinka moni näistä pelaajista tulee palaamaan pelin pariin ainakin kerran. Viimeisenä on arvo, joka on arvio pelaajista, jotka pelaavat peliä päivittäin.

<b>Aihe</b>	<b>Määrä/Osuus</b>
Uusia käyttäjiä kuukaudessa:	20 000
Palaavien osuus:	75 %
Päivittäin pelaavien osuus:	15 %

Taulukko 1. Arvio uusien pelaajien saamisesta ja heidän käyttäytymisestä.

Taulukossa 2 on arvot, jotka arvioin eri kuluttajaryhmien välisen jakauman olevan ja niiden elinkaaren tuotot eli ARPPU. ARPPU-arvot arvioimme erittäin vähäisiksi, sillä loppujen lopuksi meillä ei ole niin paljon pelaajalle myytäviä artikkeleita. Valaiden kohdalla oleva arvio tuotoista perustuu siihen, että he ostavat jonkin aloituspaketin, joka tarjoaa erittäin paljon sisältöä peliin. Delfiinien kohdalla ajattelimme, että pystymme muuttamaan heidän pelaamisen myös rahaksi erilaisten mainosten avulla. Sitten loppujen sinttien kohdalla arviomme perustuu siihen, että onnistumme saamaan heidän kohdalla kerättyä pelkästään mainostuloja.

<b>Kuluttajaryhmä</b>	<b>Osuus</b>	<b>ARPPU</b>
Valaat:	10 %	\$10
Delfiinit:	40 %	\$5
Sintit:	50 %	\$1

Taulukko 2. Kuluttajaryhmien jakauma ja niiden elinkaaren aikainen tuotto.

Näiden arvojen perusteella Gamesbrief-taulukko antaa arvion ensimmäisen vuoden nettotuotoksi 160 436 dollaria. Tämä kuitenkin ei tule olemaan se lopullinen summa, jonka yritys kotiuttaa, sillä osa pelin tuotoista tullaan käyttämään suoraan pelin markkinointiin. Gamesbrief-taulukko löytyy kokonaisuudessaan liitteessä 1.



## 6 Yhteenveto

Opinnäytetyön aihe oli mobiilipelin monetisaatio pelisuunnittelussa. Toteutimme Chameleon-nimisen mobiilipelin, jossa pelaaja pelaa kameleontilla tavoitteena syödä kaikki tason karpäset. Pelaaja liikuttaa kameleonttia ympäri tasoa venyttämällä sen häntää ja päästämällä irti, jolloin kameleontti lähtee lentoon.

Peli toteutettiin Unity-pelimootorilla, jonka ominaisuudet olivat sopivat Goodkind Oy:n tarkoituksiin. Projektiin luotiin monetisaatio free-to-play-monetisaatiomallilla. Tämän pelin kohdalla toteutimme monetisaatioon progress gaten eri lukujen välille sekä myymme asiakkaille erilaisia tavaroita.

Kaiken kaikkiaan projektiin onnistuttiin luomaan monetisaatio free-to-play-monetisaatiomallin pohjalta. Toki lopullisen monetisaation toteuttaminen on vielä kesken, sillä monesti monetisaatio on jatkuvaa kehitystä ja on valmis vasta pitkän ajan kuluttua. Tämä siksi, koska käyttäjien kokemuksia ja käyttäytymistä pyritään mittaamaan ja niiden pohjalta sitten tehdään tarpeen vaatiessa muutoksia itse peliin.

Tätä peliä ei ole julkaistu ja monet yksityiskohdat ovat auki. Julkaisijan palautetta ei ole tässä vaiheessa saatu ja se saattaa vielä muuttaa lopputulosta. Monet ratkaisut ovat testaamatta, joten voi olla, että julkaisijan teettämässä testeissä asiat eivät toimi ihan niin hyvin kuin olimme itse aluksi suunnitelleet.

Pohjatyö on kuitenkin tämän pelin monetisaation osalta tehty ja se vaikuttaa lupaavalta ainakin alustavien arvioiden perusteella. Julkaisun jälkeen tiedetään, osuivatko arviot oikeaan.

## **Kuvat**

Kuva 1. Tutoriaalissa näytetään, kuinka kameleontti ammutaan lentoon, s. 12

Kuva 2. Pelin sisäinen kauppa, s. 14

Kuva 3. Progress gate pelissä, s. 15

## **Taulukot**

Taulukko 1. Arvio uusien pelaajien saamisesta ja heidän käyttäytymisestä, s. 16

Taulukko 2. Kuluttajaryhmien jakauma ja niiden elinkaaren aikainen tuotto, s. 16

## Lähteet

1. Manninen, T. 2007. Pelisuunnittelijan käsikirja - Ideasta eteenpäin. Rajalla.
2. Wikipedia:  
[http://en.wikipedia.org/wiki/Mobile\\_game](http://en.wikipedia.org/wiki/Mobile_game)  
Luettu: 1.5.2014.
3. TEKES 2013. Peliteollisuus - kehityspolku  
[http://www.tekes.fi/Julkaisut/peliteollisuus\\_kehityspolku.pdf](http://www.tekes.fi/Julkaisut/peliteollisuus_kehityspolku.pdf)  
Luettu: 1.5.2014.
4. Fields, T. & Cotton, B. 2011. Social Game Design: Monetization Methods and Mechanics. CRC Press.
5. Hinkkanen, A. 2013. Pelialan yritysten ansaintalogiikat. Saimaan ammattikorkeakoulu. Tietotekniikan koulutusohjelma. Opinnäytetyö.
6. Shokrizade, R. 2013. The Top F2P Monetization Tricks. Gamasutra.  
[http://www.gamasutra.com/blogs/RaminShokrizade/20130626/194933/The\\_Top\\_F2P\\_Monetization\\_Tricks.php](http://www.gamasutra.com/blogs/RaminShokrizade/20130626/194933/The_Top_F2P_Monetization_Tricks.php)  
Luettu: 3.5.2014
7. Gamesbrief:  
<http://www.gamesbrief.com/spreadsheet/>  
Luettu: 4.5.2014

