

De-a v-ați ascunselea se joacă acum pe mobil

Industria jocurilor mobile nu mai este doar despre joc. Deoarece jocurile moderne sparg matricea culturală, geografică și chiar fiscală. Nu mai au ca țintă generală publicul masculin, atâta timp cât raportul dintre genuri se apropie de 1:1. Nu se mai joacă exclusiv în căminul propriu, cablat la dispozitive fixe și cu accesul limitat la cei cu care joci, ci devine un fenomen e-social mobil.

Industria jocurilor este un ecosistem care dă libertatea jucătorilor de a alege jocul potrivit pentru ei și de a-și personaliza experiența de joc. Pentru că, din ce în ce mai mult, jocurile au devenit un spațiu al posibilului; jucătorul este avatar în joc și această personalizare a experienței îl face să fie tot mai implicat.

Potrivit rezultatelor analizei făcută de SuperData Research:

- Piața de jocuri și media interactivă la nivel global are o creștere de 12% în 2017;
- Piața jocurilor în realitatea virtuală (hardware și software) va atinge 28,3 miliarde dolari în 2020;
- 46% din publicul de jocuri video din SUA sunt femei;
- 665 milioane de oameni se uită la conținut video online despre jocuri;
- În 2017 cea mai mare platforma digitală este cea mobilă;
- În 2017 sunt 2,9 miliarde de jucătorii pe mobil la nivel global.

Pe baza acestor date, completate și de alte statistici la nivel global, se pot observa următoarele tendințe în industria

de gaming:

1. Jocurile devin mai mult decât un simplu obicei de consum. Competițiile sportive video online (eSports), jocurile online video și realitatea virtuală oferă jucătorului un ecosistem care facilitează personalizarea interacțiunii cu jocul.

2. Jucătorii nu respectă stereotipuri. Aproape o jumătate din numărul jucătorilor sunt de gen feminin ceea ce oferă publisher-ilor, brandurilor și platformelor oportunitatea de a se adresa unei mai mari diversități.

3. Nu există modele de monetizare care să răspundă tuturor cerințelor jucătorilor. Free-to-play, funcționalitățile suplimentare și microtranzacțiile dau posibilitatea jucătorilor să cumpere ceea ce au ei nevoie, în loc să plătească item-uri pe care nu și le doresc.

4. Viitorul jocurilor în realitatea virtuală este aici. În prezent jumătate din veniturile generate de realitatea virtuală provine din valorificarea jocurilor în acest mediu. Până în 2020, jucătorii vor cheltui 4,5 miliarde de dolari pe jocuri în realitatea virtuală, adică de 30 de ori mai mult decât astăzi.

5. Jucătorii sunt conectați la joc chiar și după ce nu mai joacă. Fie că se uită la turnee, tutoriale sau trailere, 665 de milioane de oameni din lumea întreagă se uită pe site-uri precum Twitch sau YouTube la conținut despre jocurile lor favorite. Adică mai mult decât pe HBO, Netflix, ESPN și Hulu împreună și au un număr de două ori mai mare decât populația SUA.

Jocurile pe PC, console sau mobil nu mai sunt activități marginale în viața oamenilor ci au devenit un fenomen. Oamenii petrec tot mai mult timp în online și din ce în ce mai mult timp jucându-se. Acest fenomen se amplifică corelat cu creșterea vânzărilor de dispozitive mobile și dau o direcție

privind experiența de joc.

Potrivit Verto Analytics, pentru 57% dintre deținătorii de dispozitive mobile, jocul pe mobil este a doua cea mai populară activitate după utilizarea social media. Ca o consecință a avansului tehnologiei, jocul pe mobil surprinde foarte bine transformarea comportamentelor. Ești fizic în spațiul social real și în același timp în virtualitate. Ești văzut și în același timp te ascunzi ca avatar în joc cu o identitate virtuală. Jocurile copilăriei se practică tot mai mult online. De-a v-ați ascunselea se joacă acum pe mobil.

Autor: Constantin Măgdălina, Expert, Tendințe și Tehnologii Emergente