



Fredrik Wester, VD Paradox Interactive; grundare GamersGate.com

Pris och Produktstrategier i den digitala världen

Hur nya distributionsvägar bryter gamla mönster

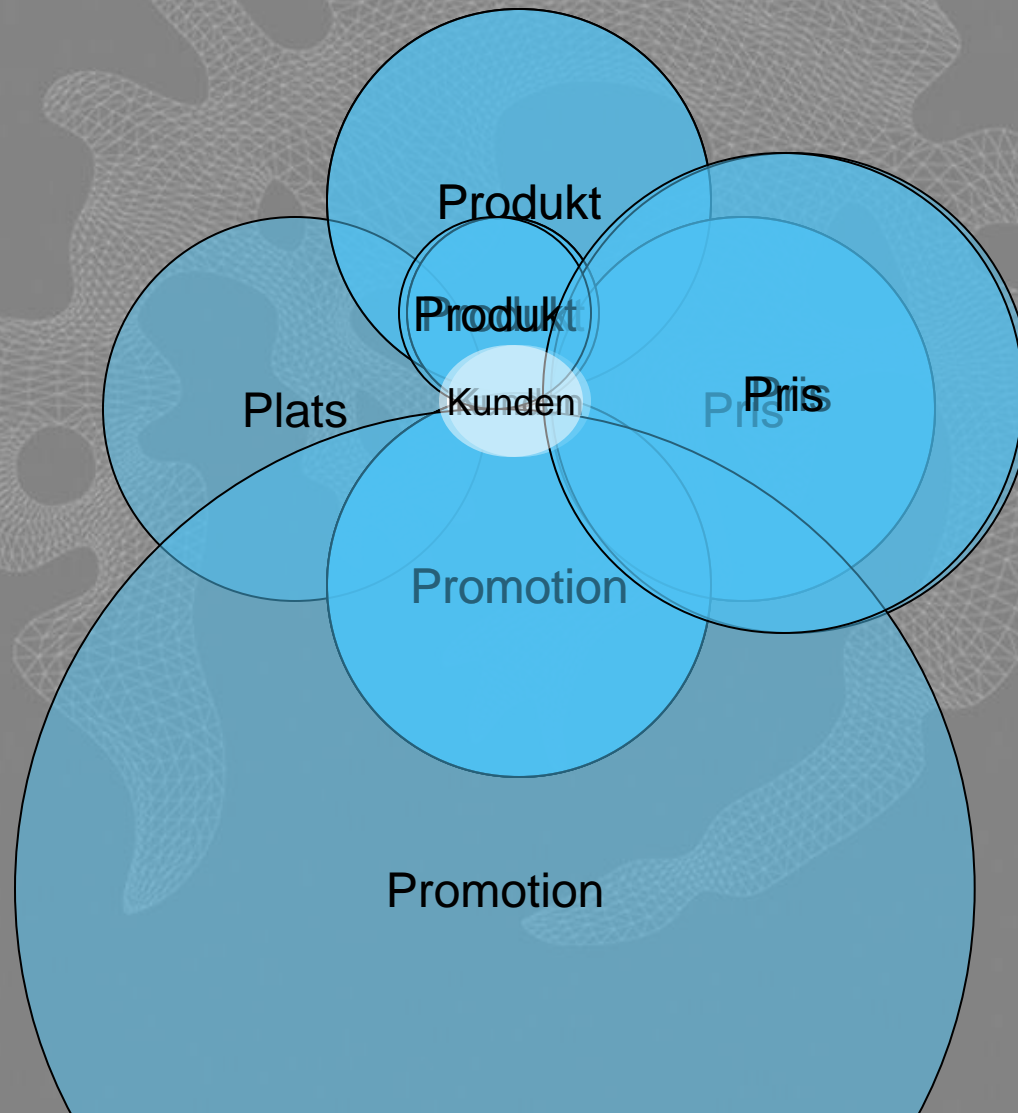
Agenda

1. "Den gamla ekonomin"
2. Kotler omdefinierad
3. Prissättningsparadoxen – "the price is the marketing"
4. Produktutveckling i en digital industri
5. De nya spelarna – trender på marknaden

”Den gamla ekonomin” förändras

Utveck Utveck Utvecklare öka ÅF ÅF ÅF

Kotler omdefinierad



Prissättningsparadoxen

Mount and Blade units sold or activated, 1/23/2008 to 1/30/2009 (view as .csv) (hourly)

<< < > >> >| [+][-] 1y 3m 1m 2w 1w 3d enhance



Jämförelsen veckan före / veckan efter visar på en 20% ökning i försäljning
Prissänkning på 75% över en helg gav +5499% i försäljning

Produktutveckling

Hur 15 miljoner kan användas på olika sätt...

"Old School"



Produktrelease
Budget 6 miljoner
Tryck: 1 miljon
Marknadsföring 2 miljoner



Expansion 1
Budget 2 miljoner
Tryck: 0,5 miljon
Marknadsföring 0,5 miljoner



Expansion 2
Budget 2 miljoner
Tryck: 0,5 miljon
Marknadsföring 0,5 miljoner

Total intäkt: 18 MSEK (20% avkastning)

"New School"



Produktrelease
Budget 6 miljoner
Tryck: 1 miljon
Marknadsföring 2 miljoner



Expansion 1
Budget 1.5 miljoner
Marknadsföring 0,5 miljoner



Expansion 2
Budget 1.5 miljoner
Marknadsföring 0,5 miljoner



Total intäkt: 25 MSEK (66% avkastning)

De nya spelarna – utveckling

- Social gaming är här för att stanna
- Spel går mer och mer mot att vara browser-baserade
- ”Freemium” är här för att stanna
- Mikrotransaktioner är på frammarsch
 - Facebook och Myspace släpper eget betalningssystem
- Konsumenter betalar gärna för digitalt content
- Spel går från att vara produkter till att bli tjänster
- Reklamfinansierade intäkter minskar i betydelse jämfört med direktbetalningar



Frågor?

fredrik.wester@paradoxplaza.com