На официальном форуме игры «League of Legends» одна тема породила множество дискуссий.

Название этой темы было таково: «Чэнь Мо играет в «League of Legends» на Алистаре и спасает своих товарищей по команде!»

Увидев эту тему, первой реакцией рядового игрока было обычное неверие. Ведь Чэнь Мо в свое время играл в игру «Warcraft: The Frozen Throne» и был немного не очень… манерным игроком. Но сейчас он действительно играл на сапорте и даже помогал кому-то?

После просмотра видео многие были ошеломлены!

«Ха-ха-ха, это удивительно. Он тайно пришел в интернет-кафе чтобы поиграть, но в итоге все засняли на видео!»

«Это же действительно Чэнь Мо, да?»

«Забавно, я и подумать не мог, что молчун будет играть на саппорте!»

«Это действительно потрясающе! Я думал, что только я один могу совершить такую ошибку!»

«Оказалось, что Бог молчун оказался обычной фальшивкой!»

«Ха-ха, хоть в чем-то я могу сравниться с Чэнь Мо!»

«Я тоже хочу поиграть в «League of Legends», думаю, что я смогу обыграть Бога с легкостью!»

«Я тоже! Думаю, что некоторые про-игроки захотят восстановить справедливость!»

Это видео не только вызвало множество дискуссий среди игроков игры «League of Legends», но даже игроки, которые не обратили внимания на выход новой игры, после просмотра этого видео решили поиграть в неё.

Ну а что касается Чэнь Мо… у него появился еще один новый титул - «Молчун, который спасает жизни».

В магазине видеоигр.

Чэнь Мо молча смотрел это видео.

Неплохо, благодаря этому видео его игра только еще больше станет популярной.

До сих пор продвижение игры «League of Legends» было очень успешным.

С помощью игровой платформы, разной онлайн-рекламе, рекламе в компьютерных интернет-кафе и других стратегий, все эти стратегии охватывали разную целевую аудиторию, из-за чего популярность игры «League of Legends» мгновенно поднялась до очень высокого уровня.

Но кто же сейчас являлся целевой аудиторией игры «League of Legends»?

В основном сейчас это были молодые игроки в возрасте от 12 до 30 лет.

Характерные черты этих людей - увлеченность онлайн-играми, но зачастую такие люди сталкивались с академическим и рабочим давлением. У большинства людей этой целевой аудитории было не так уж и много времени. В то же время они предпочитали такие игры, которые могли бы развлечь их на несколько часов.

Фатальная проблема традиционных ММОРПГ-игр заключалась в том, что для таких игр игроку нужно было потратить огромное количество своего времени и нередко, помимо времени, еще и реальных денег. Но у игроков с 12 до 30 лет было не так уж и много свободного времени.

Да и экономические способности этих игроков, как правило, были слабыми, и многие из них могли играть только в бесплатные игры. Игры, подобные игре «League of Legends», могли гарантировать то, что все игроки будут полностью равны, без разницы, был ли он «китом» или же обычным планктоном, плюс, игры такого типа не требовали от игрока постоянного однотипного гринда данжей или каких-нибудь редких ресурсов.

Конечно же в такие игры играли и другие типы аудитории, но о них даже говорить не стоило, ибо их было слишком мало.

Поэтому стратегия продвижения игры была сосредоточена на компьютерных интернет-кафе и на университетских кампусах. Особенно хорошо для рекламы подходили компьютерные интернет кафе.

Второго февраля, через три дня после выхода игры «League of Legends», Чэнь Мо раскрыл собранные данные за первый день игры «League of Legends».

Количество игроков, которые зашли в игру за первый день, чуть перевалило отметку в 391 000, в то время как удержание игроков достигло ошеломительных и невероятных семидесяти трех процентов.

Конечно, с точки зрения количества активных пользователей всей игровой платформы компании «Удар молнии» такое число не казалось каким-то огромным, но стоило помнить, что большинство игроков игровой платформы компании «Удар молнии» - это мобильные игроки , и таким игрокам нравились такие игры, как «Onmyoji» и «Anipop».

Но это число все равно пугало.

Игра «Diablo» продалась тиражом в 281 000 единиц за первую неделю, но игра «League of Legends», которая явно была хуже во многих аспектах, смогла привлечь за один день такое огромное количество игроков.

Более того, игра «League of Legends» относилась к совершенно новому типу игры. Многие игроки недоумевали, когда видели описание этой игры.

Такого количества игроков также было достаточно для поддержки системы подбора в игре, что гарантировало, что игроки всегда будут играть с примерно равными игроками, из-за чего процент побед среднестатистического игрока будет варьироваться около пятидесяти процентов.

После того, как Чэнь Мо опубликовал эти данные, компания «Императорская династия» и компания «Дзен» были немного расстроены.

Так как они являлись самыми большими игровыми платформами, они очень хорошо понимали значение этих данных, в конечном итоге все пришло к тому, что игра «League of Legends» имеет огромный потенциал и возможно станет супер хитом.

Единственная хорошая новость для компании «Императорская династия» и компании «Дзен» заключалась в том, что у игры «League of Legends» были не очень высокие оценки.

Игроки на данный момент оценивали игру «League of Legends» примерно в 8,4 балла. Хотя этот рейтинг не мог считаться низким, но оценки предыдущих игр от Чэнь Мо, например игра «Warcraft: The Frozen Throne» и игра «Diablo» никогда не опускались ниже 9 баллов.

Судя по оценке некоторых конкретных игроков, эта игра явно не дотягивала до уровня Чэнь Мо.

Некоторые игроки выразили разочарование, и большая часть из недовольных были закоренелыми фанатами Чэнь Мо.

«Стиль слишком карикатурный, слишком поверхностная игра».

«Регресс Чэнь Мо? Никакого сюжета и синематиков?»

«Чэнь Мо всегда швыряло по разным жанрам. Старые игроки явно не будут играть в это, скорее всего, эта игра была создана для инвалидов, которые могут лишь управлять одним юнитом».

«Слишком простой стиль, слишком простые механики!»

Такие оценки дали компании «Императорская династия» проблеск надежды.

Игра «League of Legends» смогла достичь таких ужасающих результатов, так что же произойдет, когда на рынке появится игра «Битва величайших богов»?

http://tl.rulate.ru/book/48330/1315689