

15 saniyelik bir storyboard

Dikey 9:16, ses kapalıyken okunur: önce karşılık (bir ısırk ve büyük bir sayı), sonra onu üreten döngü, sonra oyunu ayıran sürpriz, tablo.

0-2 sn - Kanca

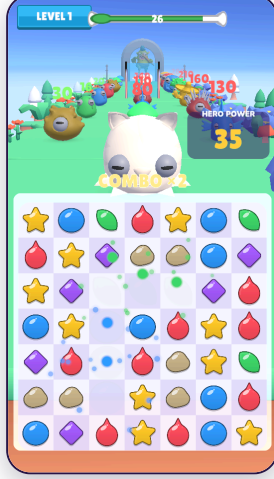


Kahraman bir canavarı ısıtır: +N belirir, boya çıkar.

KÜÇÜKLERİ YE

Ses: Şapırtı, yutkunma

2-4 sn - Kural



Tahtada bir zincirleme; kıvılcımlar kahramana uçar, kahraman şişer.

BÜYÜMEK İÇİN EŞLEŞTİR

Ses: Yükselen çan sesleri

4-6,5 sn - Koşu

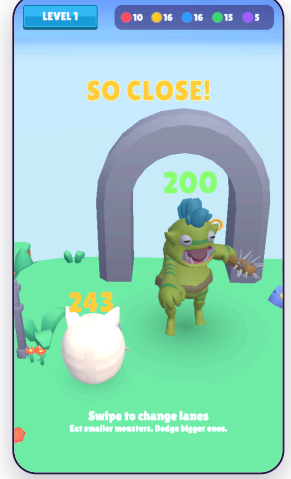


Kaydır, ısır, ısır, ısır; bir +20 kapısı.

ARKA ARKAYA 3!

Ses: Gittikçe tizleşen şapırtılar

6,5-8,5 sn - Gerilim



Bekçi: ağır çekim, kahraman kıl payı kazanır.

243'e 200

Ses: Kükreme, ağır ısırk, zafer müziği

8,5-11 sn - Sürpriz

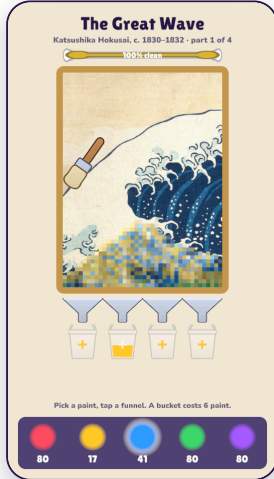


Boya, Büyük Dalga'dan kovalara dökülen kuma dönüşür.

ŞİMDİ ŞAHESERİ KURTAR

Ses: Kum tıktırtısı, kova çınlaması

11-12,5 sn - Karşılık



Bir fırça son kumu süpürür; tablo belirir.

—

Ses: Fırça hışırtısı

12,5-14 sn - Topla

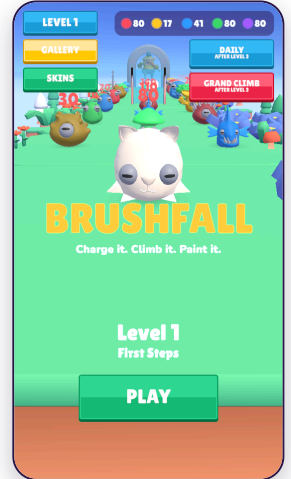


Büyük Dalga'nın adı konur, galeriye gider.

DÜNYANIN SANATINI ONAR

Ses: Zafer müziği

14-15 sn - Kapanış kartı



Kahramanın üstünde başlık; Oyna düğmesi nabız gibi atar; mağaza rozetleri.

ÜCRETSİZ OYNA

Ses: Müzik, düğme

Her kare gerçek. Bir PlayMode testi ([AdStoryboard_CapturesTheBeats](#)) bu anları oyunun içinde oynatıp kaydeder ve şarjı bekçiyi kıl payı yenen güce ayarlar. Reklamın vaadi oyunun ilk dakikasıdır; bu, bu kitlenin zaten güvenmediği "sahte" güç tırmanışı reklamlarının tam tersidir.

Üç kanca, tek karar

Prototipin ilk sorusu "eğlenceli mi?" değil, "insanlar onu geri kazanabileceğimiz bir fiyata yükler mi?"

Kreatif varyantları

VARYANT	İLK 2 SANİYE	NEYİ TEST EDİYOR
A · Karşılık (yukarıda)	Bir ısırk: kahraman daha küçük bir sayıyı yer, +N belirir	Tırmanışın tatmini, en geniş kitle
B · Başarısızlık	Kahraman daha büyük bir sayıya yürür ve yenir. "Doğru şeridi seçebilir misin?"	Koşu oyunu reklamlarının kullandığı meydan okuma kancası
C · Şaheser	Büyük Dalga'dan renkli kovalara dökülen kum	Bulmaca ve sanat kitesisi; restorasyon daha güçlü bir kanca mı?

Test tasarımı

AYAR	
Kanallar	Meta (Facebook/Instagram) ve bir reklam ağı (AppLovin ya da Unity Ads); hybrid-casual testlerin genellikle yapıldığı yerler
Bölgeler	Go / no-go kararı için ABD; kreatiflerde önce iterasyon yapmak için daha ucuz bir 2. kademe bölge (Brezilya, Türkiye)
Sürüm	Bir mağaza sayfasının (ya da soft launch sayfasının) arkasında, analitiği açık Android sürümü
Bütçe	Ucuz bölgede varyant başına yaklaşık 150–250 \$, sonra kazanan ABD'de yaklaşık 500 \$ ile
Süre	Tur başına 3–5 gün; CTR'yi okumadan önce varyant başına en az 1.000 gösterim
Turlar	Kill kararından önce en fazla üç kreatif turu

Go / iterate / kill (ABD Android, Meta)

Go

- CPI ≤ 0,50 \$
- CTR ≥ %3, ağda IPM ≥ 40
- Test kohortundan D1 ≥ %35
- 0. gün oynama süresi ≥ 15 dakika

KPI planıyla soft launch.

Iterate

- CPI 0,50–0,90 \$ ya da
- iyi CTR ama zayıf mağaza dönüşümü ya da
- D1 25–%35

Önce kancayı değiştir (en ucuzu), sonra mağaza sayfasını (simge, ilk ekran görüntüsü), sonra oyunun ilk dakikasını.

Kill

- Üç kreatif turundan sonra CPI 0,90 \$'ın üstünde ya da
- İyi bir CPI'a rağmen D1 %25'in altında

Fantezi tutmuyor: daha fazla içerikten önce yeni bir tema dene (farklı bir ödülle tırmanış).

Neden bu sayılar: hybrid-casual oyunlar reklamlardan ve biraz IAP'den kazanır; bu yüzden pratik bir hedef, kullanıcı başına 30. gün gelirinin yükleme fiyatının üstünde olmasıdır. Arka sayfadaki KPI hedefleriyle (D1 %40, D7 %15, reklam ARPDAU ≈ 0,07 \$) bir kullanıcı 30. güne kadar kabaca 0,45–0,65 \$ kazandırır; devam çizgisinin 0,50 \$ CPI'da olmasının sebebi bu. Bunlar, yayıncının kendi ölçütleriyle değiştirilecek planlama varsayımlarıdır.

Neyi ölçüyoruz, neyi değiştiriyoruz

Her KPI, oyunun [IAalytics](#) üzerinden zaten kaydettiği bir olaya karşılık gelir (bu sürümde cihaz başına yerel bir JSON-lines dosyası; gerçek bir SDK aynı arayüzün arkasına takılır).

KPI	HEDEF	ÖLÇÜM (DOCS/ANALYTICS.MD)	TUTMAZSA
D1 retention	%40	session_start , 1. gün (yükleme başına)	Oyuna giriş: 1–3. seviye funnel'ı, ilk restorasyon
D7 retention	%15	session_start , 7. gün	Bölüm temposu, zor seviyeler, günlük alışkanlık
D30 retention	%5	session_start , 30. gün	İçerik derinliği: bölümler, Büyük Tırmanış
Oynanan günlük tablo	DAU'nun %40'ı	daily_start / sessions	Düğme yerleşimi, ödül değeri, seri
Büyük Tırmanış erişimi	Hafta sonu DAU'sunun %50'si	grand_end , hafta sonu başına	Açılma zamanı, kademe ödülleri
İlk tablonun adı konu	Yüklemelerin %70'i	finale_end , 1. bölüm	Restorasyon zorluğu, boya açığı
Restorasyonda boyanın bitmesi	Ziyaretlerin ≤ %25'i	restoration_end OutOfPaint	Kova fiyatı, renk düşüşleri (çalışma kitabı)
DAU başına ödüllü	1.5–2.5	ad_rewarded_end kazanıldı	Teklif değeri; fazla teklif yorgunluk demek
Reklam ARPDAU	\$0.05–0.09	reklam SDK'sı	Yerleşim karışımı, interstitial temposu
Ödeme yapana dönüşüm	1–%2	purchase_end Success	Başlangıç paketi değeri, dükkânın görünürlüğü

İlk oturum funnel'ı (hedefler)



Zorluğu sahada oku

Seviyeye göre [climb_end](#) (kazanıldı, ulaşılan sıra, yeniden doğdu), botların kazanma oranı grafiğinin gerçek hâlidir. Oyuncular ve botlar ayrıştığında yanılan botlardır: seviyeyi yeniden ayarla ve simülasyonu yeniden çalıştır.

Ekonomiyi oku

OutOfPaint ile biten [restoration_end](#) ve ardından gelen ek tırmanış, sahadaki boya açığıdır; [session_start](#) ve [skin_buy](#) anındaki cüzdan toplamaları harcama noktasının yetişip yetişmediğini gösterir.