

《奇点时代》原生 + 竞价稳效果，新游大推也能做到“长虹大卖”

- ◆ **品牌名称：** 深圳市终极幻境网络科技有限公司
- ◆ **所属行业：** 游戏
- ◆ **执行时间：** 2023.07.01-12.31
- ◆ **参选类别：** 数智营销类

AOXINGTECHNOLOGY

游戏
破圈

TECHNOLOGY
AOXING



猎
“奇”

奇点时代

目录 CONTENTS

01

挑战

Challenge

02

策略

Tactics

执行

Carry out

03

效果

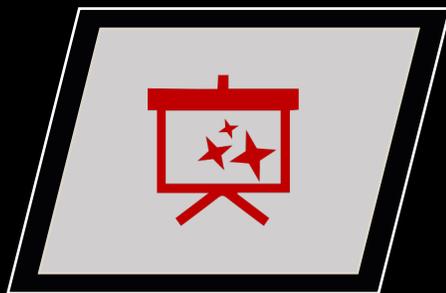
Effect

04



项目概览

GAME BREAK



客户情况

《奇点时代》由深圳终极幻境团队开发，成立于2020年，由互联网创业者张筱帆创立，先后获得恺英网络、B站及天津道游投资。



客户需求

增加优质用户量



客户目标

激活35
首日ROI在12-15%之间
7日ROI达到50%

项目背景与挑战

GAME BREAK

二次元游戏用户基础不断扩大

从供给端来看，国产二次元手游爆款频现，移动游戏技术趋于成熟，二次元游戏内容和玩法均逐渐丰富，呈现出精品化的趋势，能够满足国内Z世代玩家对游戏体验的更高要求，并且逐步具备出海全球化的开发实力。从需求端来看，一方面，伴随Z世代用户开始成为主流的消费群体，其在手游上的付费能力将不断提升，“为爱付费”的Z世代消费特点与二次元游戏付费特征相吻合，预计将带来更高的付费率；另一方面，二次元文化趋于泛化，吸引更多年轻用户追捧喜爱，预计国产二次元手游市场前景广阔，仍具有较大发掘空间。

CASE类型	背景与挑战
需要提升	<p>a.产品首发，量级需求较大 客户这款产品是首发产品，首发当天有冲榜需求，对量级需求较大</p> <p>b.多家代理竞争 客户选择了多家代理投放，投放竞争激烈，如何从众多代理中突围，有一定难度</p>

用户洞察

GAME BREAK

男性向恋爱手游

初期目标：宅男+二次元

从用户画像来看，二次元手游用户目前低龄化趋势十分明显，24岁以下用户占比达到60%，用户平均年龄从大学下沉至高中甚至更低。一方面是智能手机用户平均年龄下降，另一方面因为二次元手游具备浓厚的二次元属性，而二次元用户主体用户是学生用户，导致二次元手游主要趋向低龄化。同时二次元手游主要以画面和声音等特色吸引用户，对于繁忙的工作人士来说需求有限，加之原神、阴阳师等二次元代表游戏在游戏早期花费时间较长，学生用户才相对具备足够的时间。就目前而言，轻量化游戏趋势已在推进中，利用碎片化时间吸引全年龄用户。

MOBILE GAMES

竞争现状

GAME BREAK

腾讯

IP（海外合作+国漫）
投资以及发行地位强

网易

成熟的研发体系
产量充足
目标用户更偏向于泛二次元用户

米哈游

自建IP及技术
游戏IP基础上拓展漫画、动画

鹰角

美术、动画、游戏性能造诣高

就产品类型而言，目前国内二次元手游以卡牌、养成、收集玩法为主，同质化倾向较为显著

投放运营策略

GAME BREAK



营销链路



前期强种草-中期重起量-后期多点开花



优化方向



以保证付费的情况下放量为主



投放方式



每次付费/每次付费+cbo; 定向以通投为主



竞价广告+原生广告



一无所知→有点印象→产生好奇→兴趣渐浓→下载激活

内容创意策略

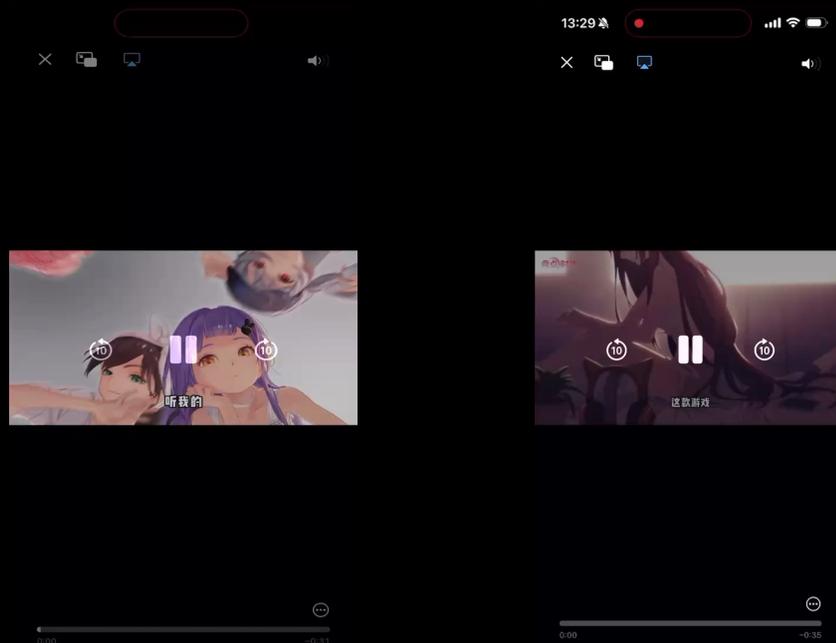
GAME BREAK

女主立绘+语音包

游戏剧情录屏

真人剧情cos

卡牌动画+剧情脚本



执行推进过程

GAME BREAK

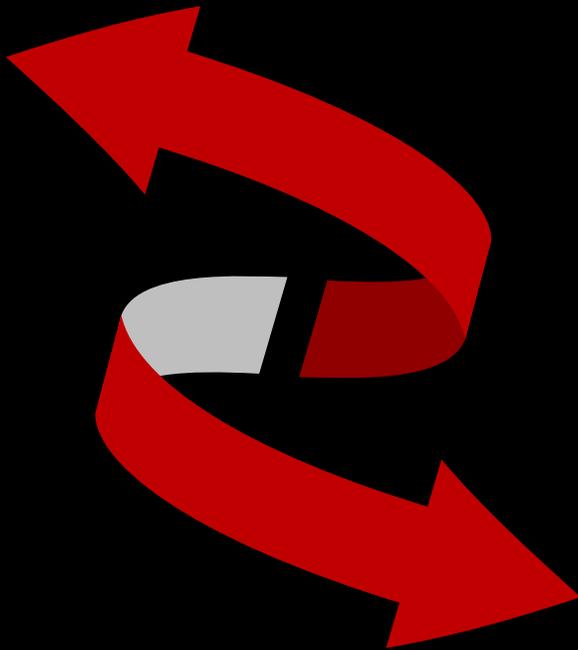
及时分析

每日进行复盘

拉取3日/7日数据进行分析

寻找正向规律进行调整

素材数据每天反馈给后期组进行创意方向优化



精细投放

白天时段优质计划全部开启投放

晚上保留当天优质计划投放

确保当天roi达标

对当天不达标的计划进行次日卡预算投放

连续3日以上不达标计划进行关闭

营销结果

GAME BREAK

850w+

整体消耗

31

激活成本

15%

首日roi

73%

7日roi

价值方法论

GAME BREAK

加速测试

保证素材多样性的前提下，加速测试节奏，
搭配起量工具，持续提升量级



创新素材

跑量计划及时根据后端转化决定停留，创新
素材计划占比提高，后端表现较好，保证账
户在投跑量计划后端均为正向

把控成本

账户成本严格把控，每两周账户复盘，剔除
尾部高成本账户，提升在投账户拿量强度



定期复盘

定期头脑风暴和复盘在投素材，及时优化迭代，
稳定成本和后端，提高产出比例

MOBILE GAMES