

Game design de jeux vidéo

CM2-2 : Marketing de game design

Mickaël Martin Nevot

V2.3.0



Cette œuvre est mise à disposition selon les termes de la
licence Creative Commons Attribution – Pas d'Utilisation Commerciale – Partage à l'Identique
3.0 non transposé.

Game design de jeux vidéo

- I. Présentation du cours
- II. IHM
- III. Ergo.
- IV. Marché
- V. [Marketing](#)
- VI. Concept
- VII. Gameplay
- VIII. L&F / LD
- IX. Doc./proto.
- X. Ludification

Argument Clé de Vente (ACV)

- *Unique selling point (USP)* en anglais
- Fonctionnalité unique à un jeu
- Mis en avant pour la promotion
- Exemples :
 - Alone in the Dark : premier *survival horror*
 - Prince of Persia : *gameplay* innovant

Le point unique qui fait « vendre »
(même lorsqu'il n'y a rien à vendre littéralement)



Public cible

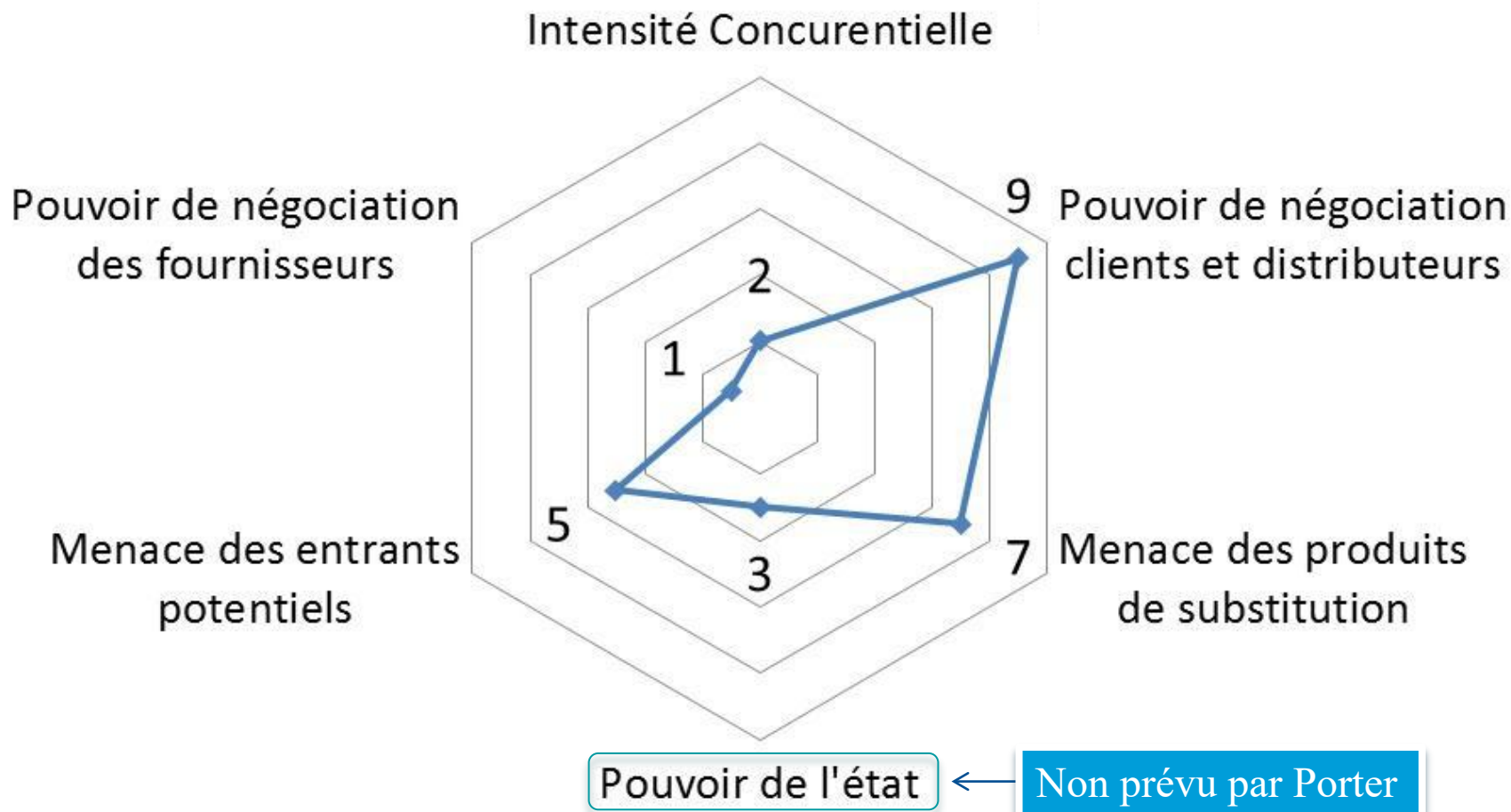
Cibler précisément pour toucher globalement

- Age :
 - Exemple : 15 à 35 ans
- Sexe :
 - Exemple : féminin
- Fréquence de jeu :
 - Exemple : basse (joueur occasionnel)
- Goûts :
 - Exemple : histoire d'amour, jeux à base de poupées, réussite
- Qualité requises :
 - Exemple : design d'intérieur, architecture, carriérisme
- Culture du jeu vidéo requise :
 - Exemple : faible à nulle

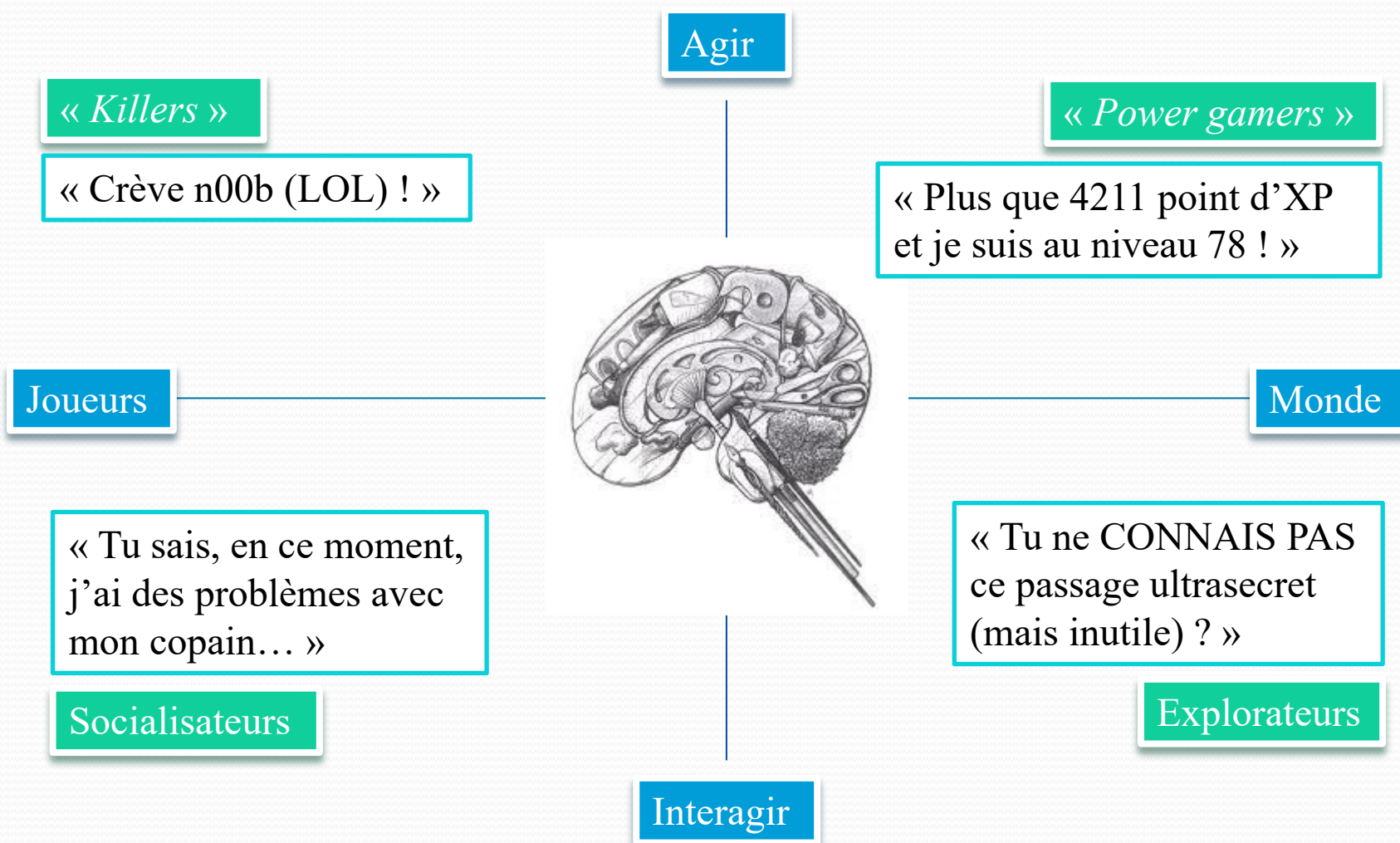


Analyse de la concurrence

- Porter : Les 5 (+1) forces (modèle de la rivalité élargie)



Stéréotypes de joueurs



Crédits

Auteur

Mickaël Martin Nevot

mmartin.nevot@gmail.com



Carte de visite électronique

Relecteurs

- Vincent Artaud

Cours en ligne sur www.mickael-martin-nevot.com

