

MBA经典案例:网游市场的竞争路线图 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/219/2021_2022_MBA_E7_BB_8F_E5_85_B8_E6_c70_219794.htm

MBA专用训练软件《百宝箱》一个像是“梦幻西游”之类的网络游戏，可以同时在线100万人，也就说，上千万人(当然，我们忽略了一些开两个帐号来玩之类的情况)在玩这个游戏，如果再把一些“口碑”的效果计算进去，那么这个游戏所接触的群体可以是好几千万人的。而且，现在很多企业都想抢占大学生的这个市场，搞到满城风雨，于是无数的变相品牌宣传就在各大高校拉开帷幕。而在校园做广告是不被允许的，于是便有了许多所谓的讲座，冠名赞助等。但可以真正打开这个学生市场的却是寥寥无几，我就是在想，现在的大学生不就是整天在宿舍玩游戏，我可以打包票地说，十个男生当中有九个是玩游戏玩到废寝忘食的(企业找不到人才，大学生找不到工作，这就是根源所在了，教育的腐败致使他们找不到方向进而寻找网络来慰藉脆弱的心灵，但关键还是看自身造化吧)，他们都自甘堕落了，你就不要搞什么讲座之类的啦，没人理会你的啦，他们喜欢堕落，你就助他们一臂之力吧(呵呵，我又要被人群起而唾之了)。

宏观环境分析 这两年的网游开始出现泛滥现象，真正可以赚钱的其实没有几个，于是不断地有旧网游消失，但还是不断有网游如雨后春笋般涌出来。大概是因为大家都想在这个市场上分一杯羹，而且，网络游泳的开发需要的时间是以年来计算的。所以，就算当他们发现这个市场竞争太过激烈的时候，他们依然是骑虎难下了。于是，我们看到了无数的消费者争夺战——铺天盖地的广告也随之出现

。比较不符合玩家口味的网络游戏就如昙花一现，而一开始公测可以比较多人在线的，到了收费时刻还是留不住玩家，又或者在没有收费时，玩家已经投向另一款游戏了。根源还是你产品自身。综上所述，可以将结果归纳如下：第一：产品没有符合4C理论，不懂得以消费者为中心，在开发你的游戏之前，最好先问问消费者。第二：收费方式出现问题：目前大概的收费方式是点卡或者购买装备。玩过网络游戏的人都知道，点卡的收费是最为昂贵了，这种收费方式是绝对的使人难以接受。也许你会说，“依然有那么多人玩点卡收费的游戏”。但这只是表面罢了，面对如此白热化的竞争，消费者之所以没有给自己更多的选择，更多的一个原因还是“骑虎难下”了。也就是说，他们投入了很多钱与时间精力下去那个网络游戏，他们还难以割舍，一旦时机来了，这款游戏就可以告終了。目前比较流行的收费方式是，购买现代(与古装区分开来，而使玩家更有特色，你知道中国人的特色——要面子，没有比购买到一件全服务器只有几十套的服装更骄傲的事情了。按照这个道理，我们就可以试图把我们的真正顾客锁定在高端的用户，这些超级VIP将可以参加我们的拍卖大会，进而购买到如“法拉利”一般名贵的服装。当然，这只是个假设，还有许多问题需要处理，例如法律对虚拟财产的保护问题。)的装备才需要付出金钱，而其一般玩家是不需要掏钱的。所以，应该在收费方式上多花点心思，来点新意思。最好是可以让玩家兴奋的。第三：营销手段不但千篇一律，还很单调。目前使用最多的就是在软件上做广告，就如我们经常看到在QQ与迅雷之类的软件上看到的，当然这是无可口非的，也很有效地接触了我们的目标群。但这一秒接触

了，下一秒的另一个网络游戏又接触了你的目标群，这样就使你的宣传陷入旋涡之中了。那如何脱颖而出呢？其实也不太难，为什么就不试图把网络游戏看成是一般产品的来宣传，譬如说，于各大高校搞个歌唱比赛或是“同人展”之类的。当然，这里需要一整合营销的过程，关键还是要一做就做个大效果出来。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com