



ten square\_games

# TEN SQUARE GAMES W 2024

Styczeń, 2025



# WSTĘP



# GRUPA TEN SQUARE GAMES

Wysoce **dochodowy i generujący gotówkę** model biznesowy

Silna pozycja na rynku mobilnych gier symulacyjnych w kategorii **Hobby**

**Efektywność** działań

**Doświadczony** zespół

**Podział zysków z akcjonariuszami**

**FISHING CLASH**



**HUNTING CLASH**



**WINGS OF HEROES**



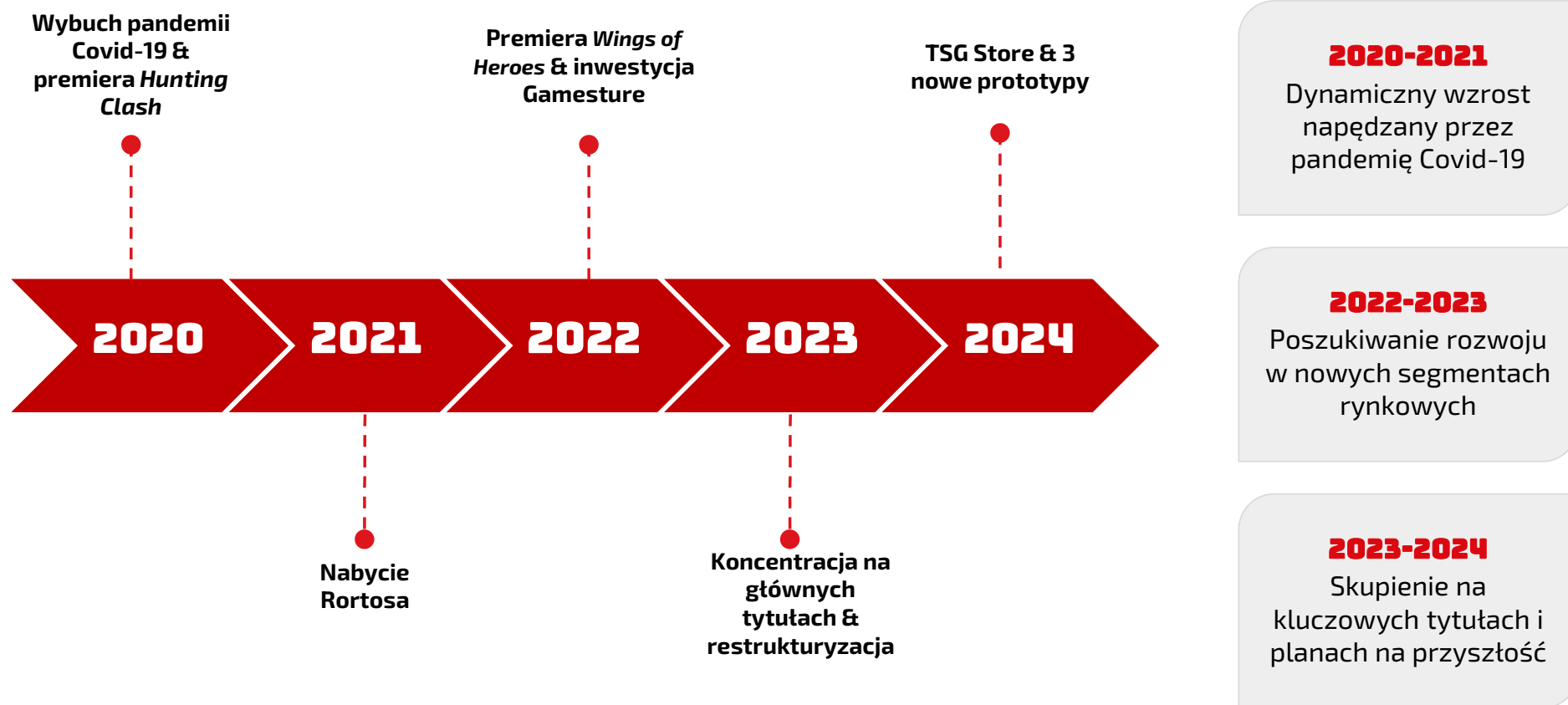
# GRUPA TEN SQUARE GAMES OBECNIE



JD



# ISTOTNE ETAPY W HISTORII TSG



# GRUPA TSG GROUP: SKUPIONA NA 3 SEGMENTACH



AI

# OBECNE SILNIKI WZROSTU TSG

## Rozwinięte projekty



**134 M** downloads



**64.4 M** downloads

- Dobrze znane i ugruntowane na rynku projekty o największym znaczeniu dla wyników finansowych TSG
- Silna pozycja w segmencie wędkarskim i łowieckim
- Tworzone jako gry na lata

## Faza skalowania



**4.6 M** downloads

- Gra rozwijana przez zespół złożony z osób z TSG i Rortosa
- Na początku ścieżki wzrostu
- Budująca pozycje Grupy TSG w segmencie symulatorów lotów

# PROTOTYPY: INWESTYCJA W PRZYSZŁY WZROST

## ZALETY PROTOTYPÓW

szybki i skuteczny proces selekcji najbardziej obiecujących projektów w oparciu o rynkowe KPI

testowanie koncepcji gier przy ograniczonym ryzyku finansowym

krótki proces produkcji vs długi

dane od rzeczywistych graczy vs zamknięte środowisko studyjne

mały zespół

zdolność do reagowania na dynamiczne zmiany w potrzebach graczy

## TROPHY HUNTER



Wyniki testów rozgrywki

dobre wskaźniki retencji

rentowne koszty pozyskiwania użytkowników

Kolejne etapy

dodanie i testowanie funkcji monetizacyjnych w Q4 2024

decyzja o dalszym rozwoju na początku 2025 r.

## FLYING NEXT

opracowane przez Rortos

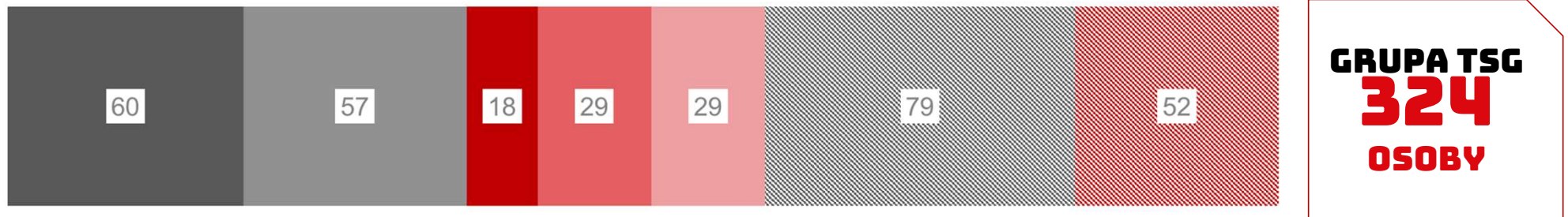
mały zespół: 2-3 osoby

prace zgodnie z planem

test rynkowy początek 2025 r.

dalsze decyzje po teście

# GRUPA TEN SQUARE GAMES: ZESPÓŁ



- Fishing Clash
- Hunting Clash
- Wings of Heroes
- Evergreen
- Inne gry
- Usługi wspólne dla gier
- Pozostałe (niezwiązane z grami)

Źródło: Dane Spółki na dzień 31 grudnia 2024 r.

Evergreen: Let's Fish, Wild Hunt, Airline Commander

Inne gry: Rortos, Trophy Hunter

Wspólne usługi związane z grami: Wsparcie użytkowników, Lokalizacja, Marketing, Analizy, R&D

MJ

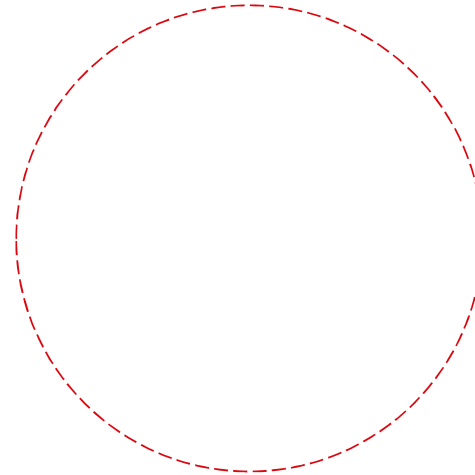


ten square games

# WZMOCNIENIE ZESPOŁU OD 2025 R.



**DAYAN E. YAR**  
Chief Product Officer



Head of LiveOps



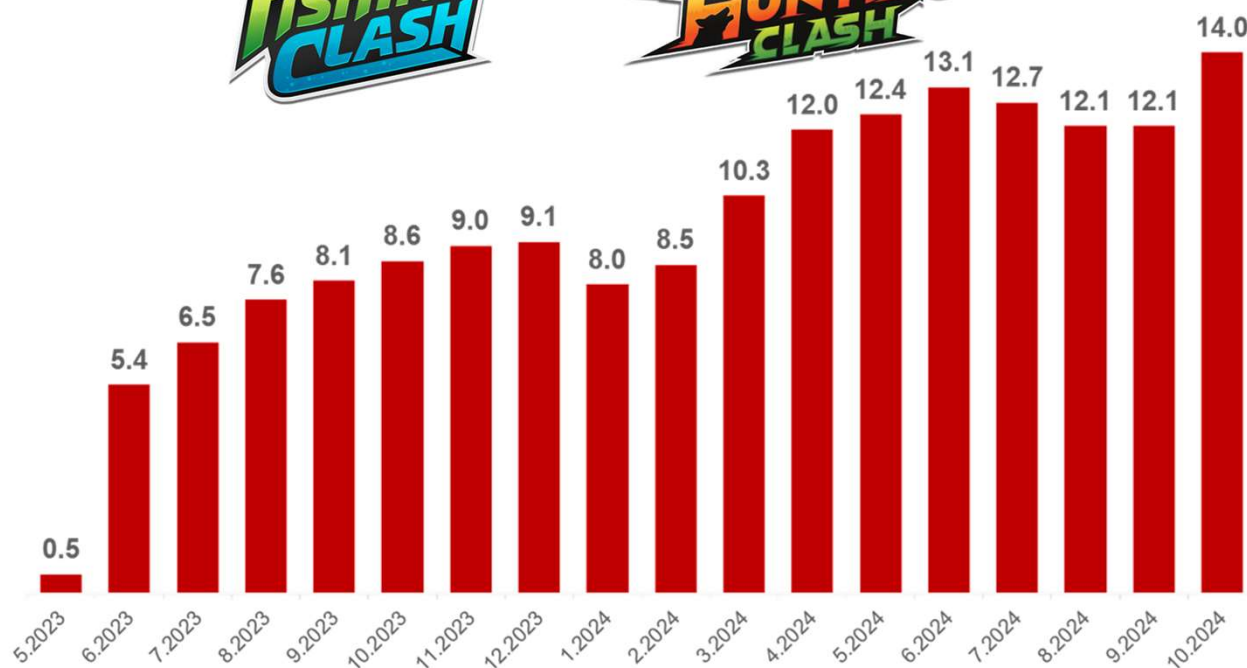
# WSPARCIE BIZNESU





# ROZWÓJ TSG STORE: ZWIĘKSZANIE EFEKTYWNOŚCI FINANSOWEJ

## % UDZIAŁ TSG STORE W PŁATNOŚCIACH GRUPY



**CEL: 25%**

**14.0%**

udział TSG Store w płatnościach Grupy  
(październik 2024 r.)

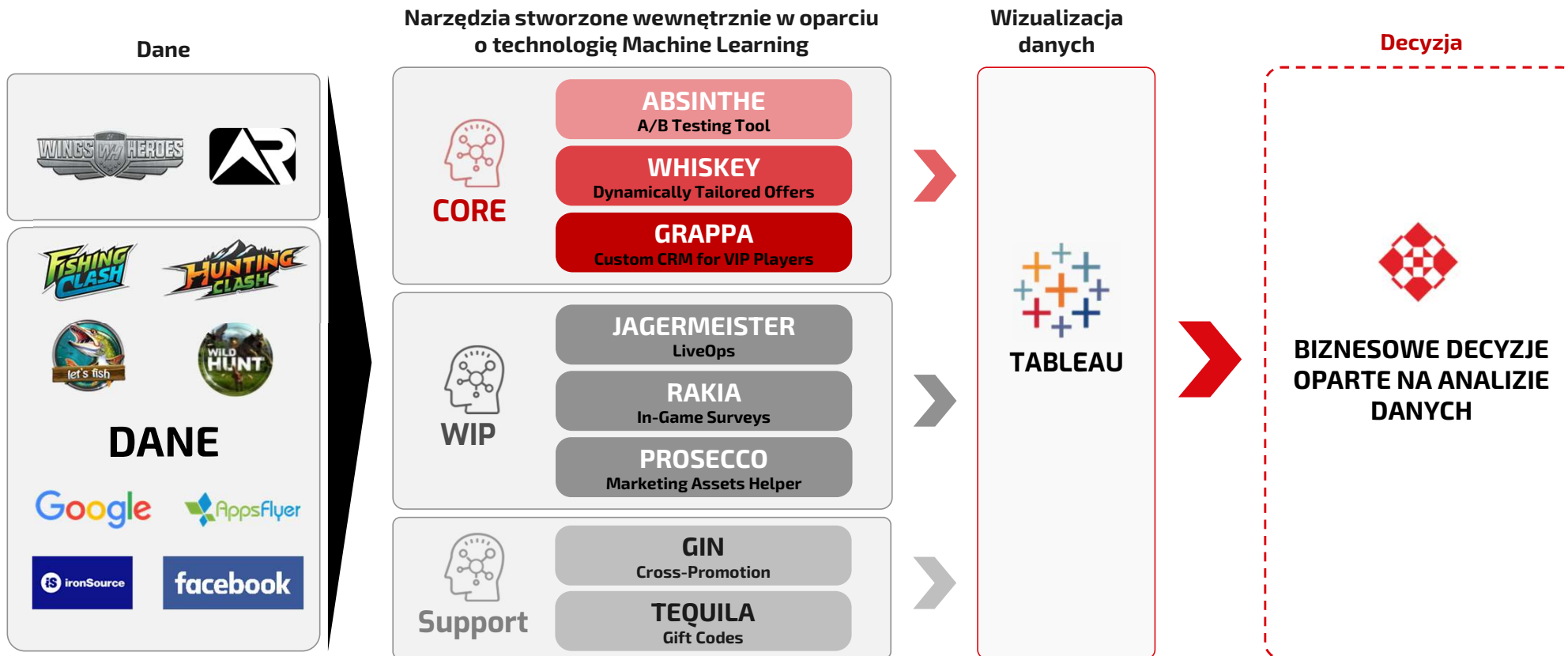
**Systematyczny wzrost udziału płatności**  
TSG Store w Fishing Clash

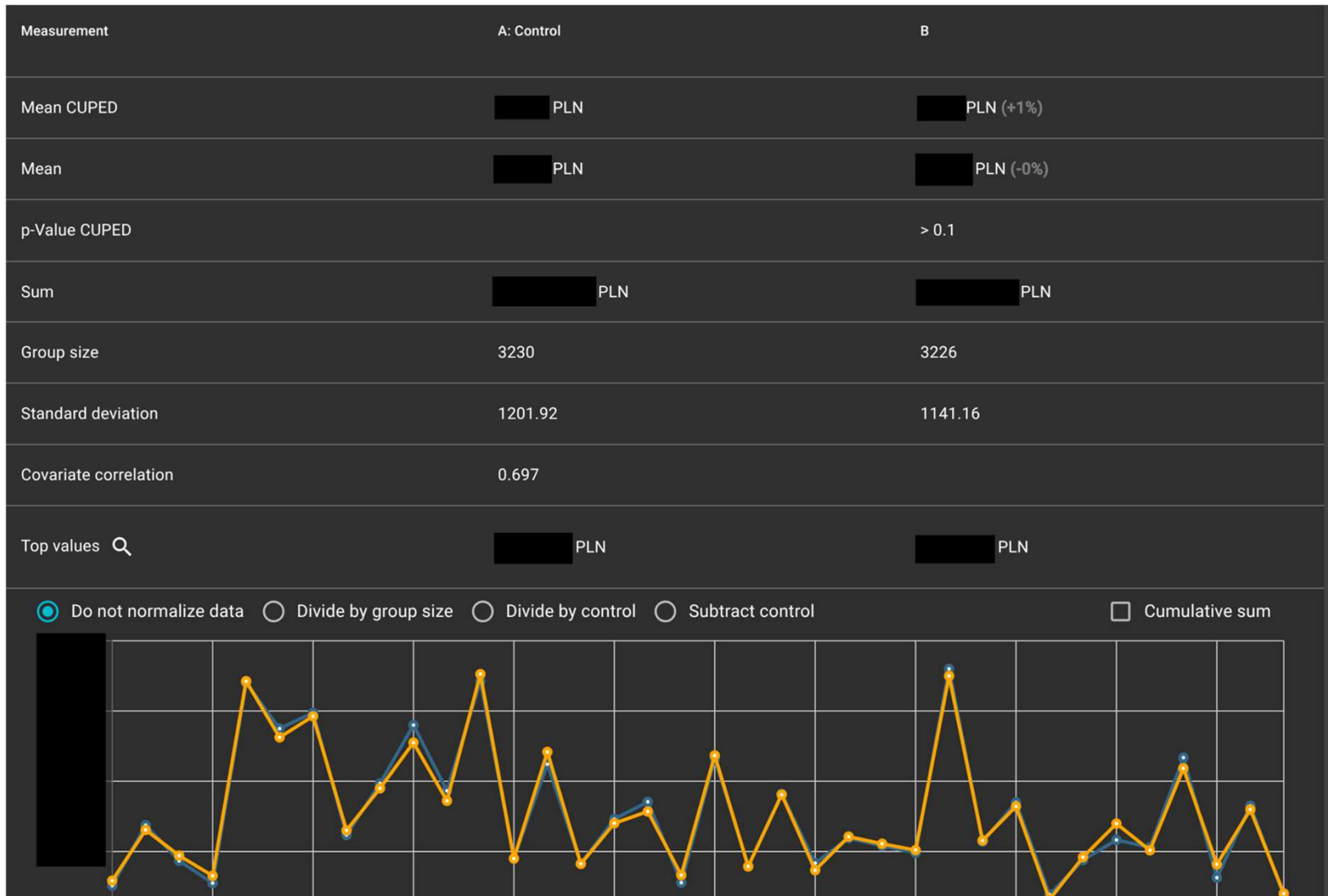
Pozytywne efekty testów i zmian  
wprowadzonych w Q3 2024

**Specjalna waluta** integrująca lepiej ofertę  
gry i sklepu

Nowe formy promocji

# ROZWÓJ BIZNESU OPARTY O TECHNOLOGIĘ I DANE

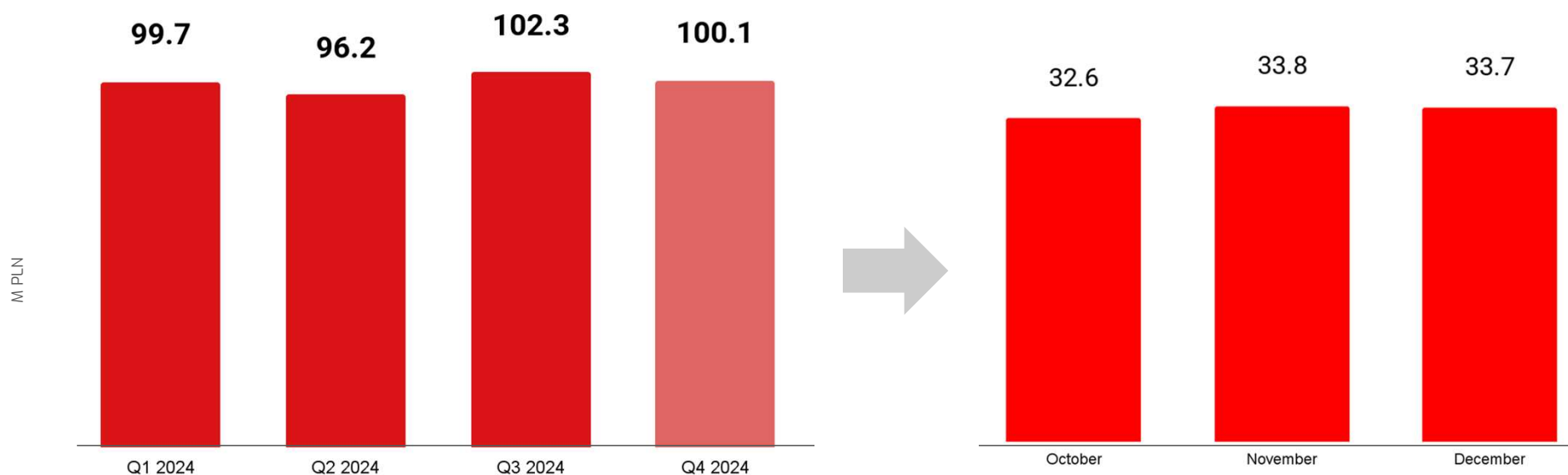




**SZACUNKI  
PŁATNOŚCI W  
4. KW. 2024 R.**



## SZACOWANE PŁATNOŚCI GRUPY W 4. KW. 2024 R.

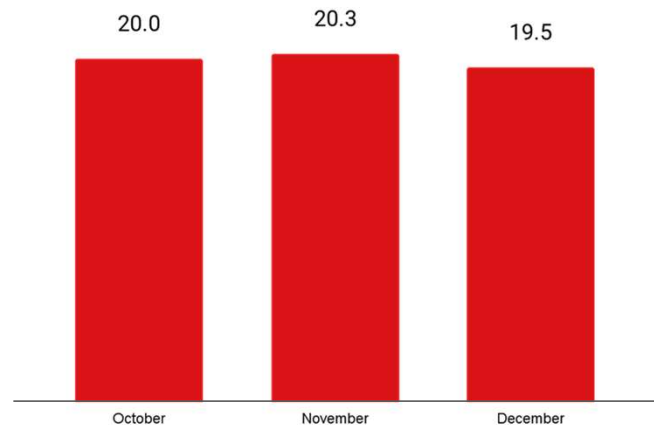


Poziom płatności w 4. kw. 2024 r. wspierany przez:

odbicie w miesięcznych wynikach **Hunting Clash**, wzrost w **Wings of Heroes**, **Real Flight Simulator** i dobry wynik gier z portfela **Evergreen**

efektywne wykorzystanie budżetu marketingowego: Operacja Q5

# SZACOWANE WYNIKI GŁÓWNYCH PRODUKTÓW W 4. KW. 2024

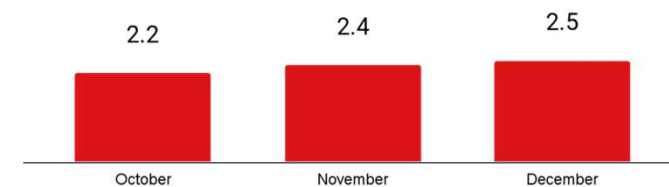
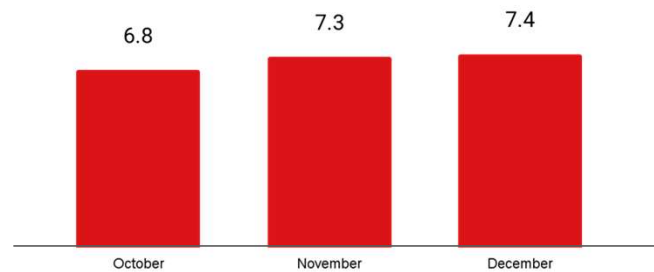


**Fishing Clash:** koncentracja na retencji i zaangażowaniu graczy; Grudzień premiera łodzi w grze

**Hunting Clash:** odbicie w miesięcznych płatnościach po zmianach w LiveOps

**Wings of Heroes:** systematyczny wzrost upward trend

**Real Flight Simulator:** rekordowy poziom płatności w 4. kw.



# POLITYKA DYWIDENDOWA





# PODZIAŁ ZYSKU Z AKCJONARIUSZAMI

## POLITYKA DYWIDENDOWA TEN SQUARE GAMES

**Spółka przeznaczy max. do 75% skonsolidowanego zysku netto do podziału z akcjonariuszami**

w zależności od potrzeb w zakresie płynności i planów inwestycyjnych spółki (pod warunkiem, że jednostkowy zysk netto pozwala na wypłatę takiej kwoty).

## MOŻLIWE FORMY PODZIAŁU ZYSKU

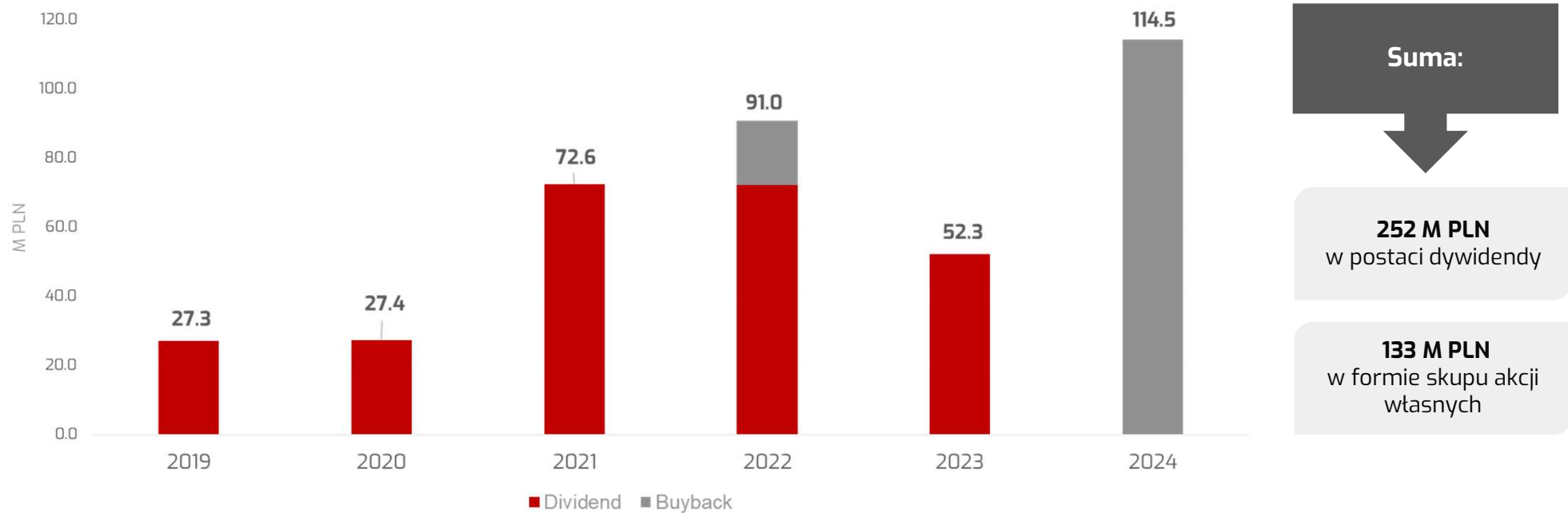
wypłata  
dywidendy

**i / lub**

skup akcji  
własnych

## HISTORIA PODZIAŁU ZYSKU Z AKCJONARIUSZAMI\*

**385 M PLN** wypłacone akcjonariuszom

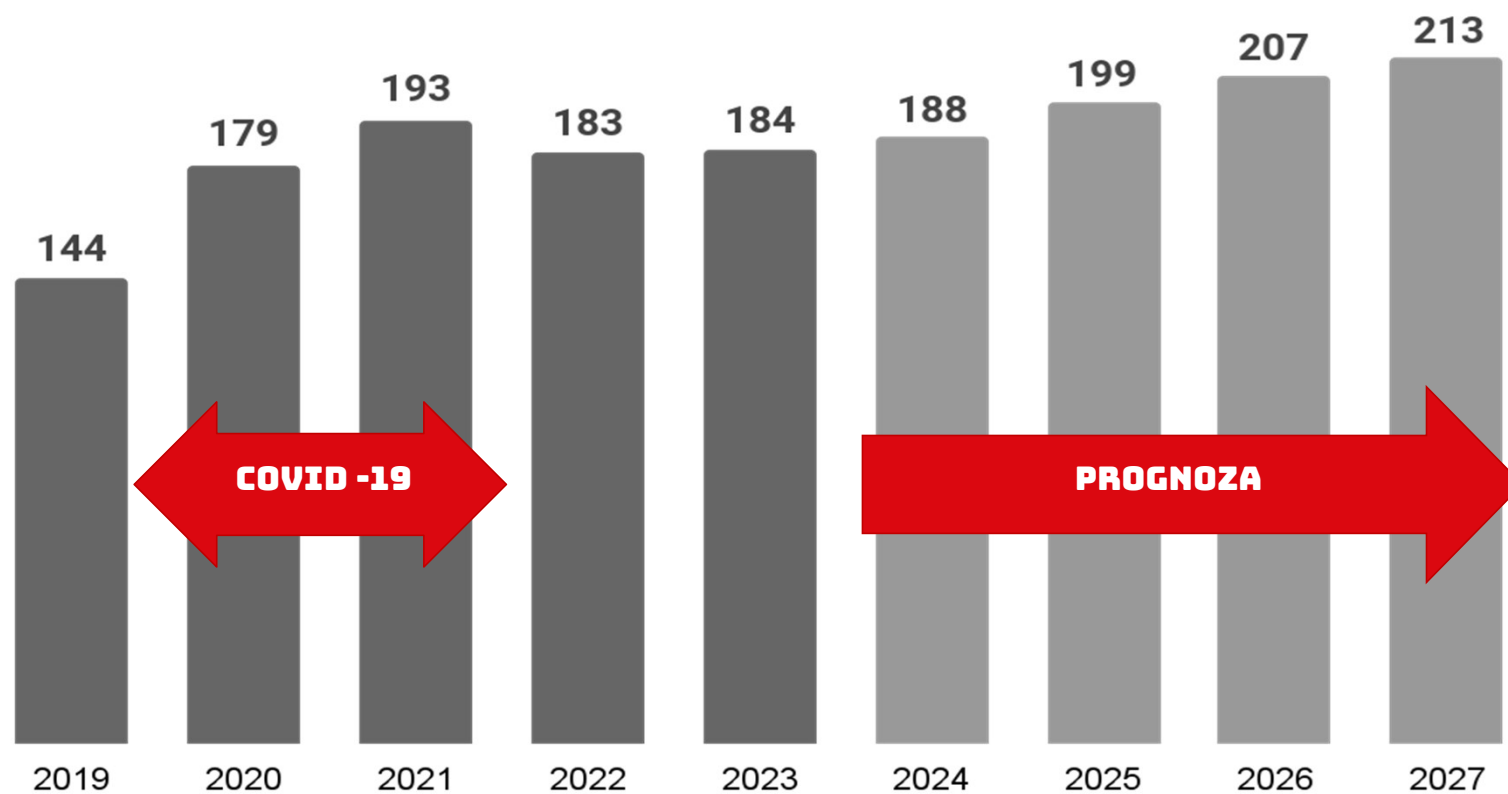


\*TSG became publicly listed company in May 2018. Presented profit distribution does not include dividends paid out before TSG became listed company.

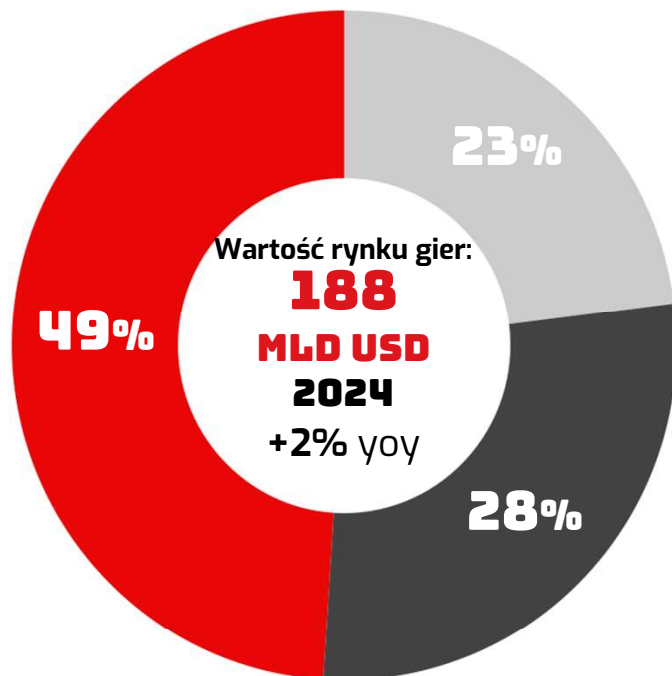
# RYNEK GAMINGOWY



# PERSPEKTYWY WZROSTU RYNKU GIER



# TRENDY NA RYNKU GIER



## GRY MOBILNE



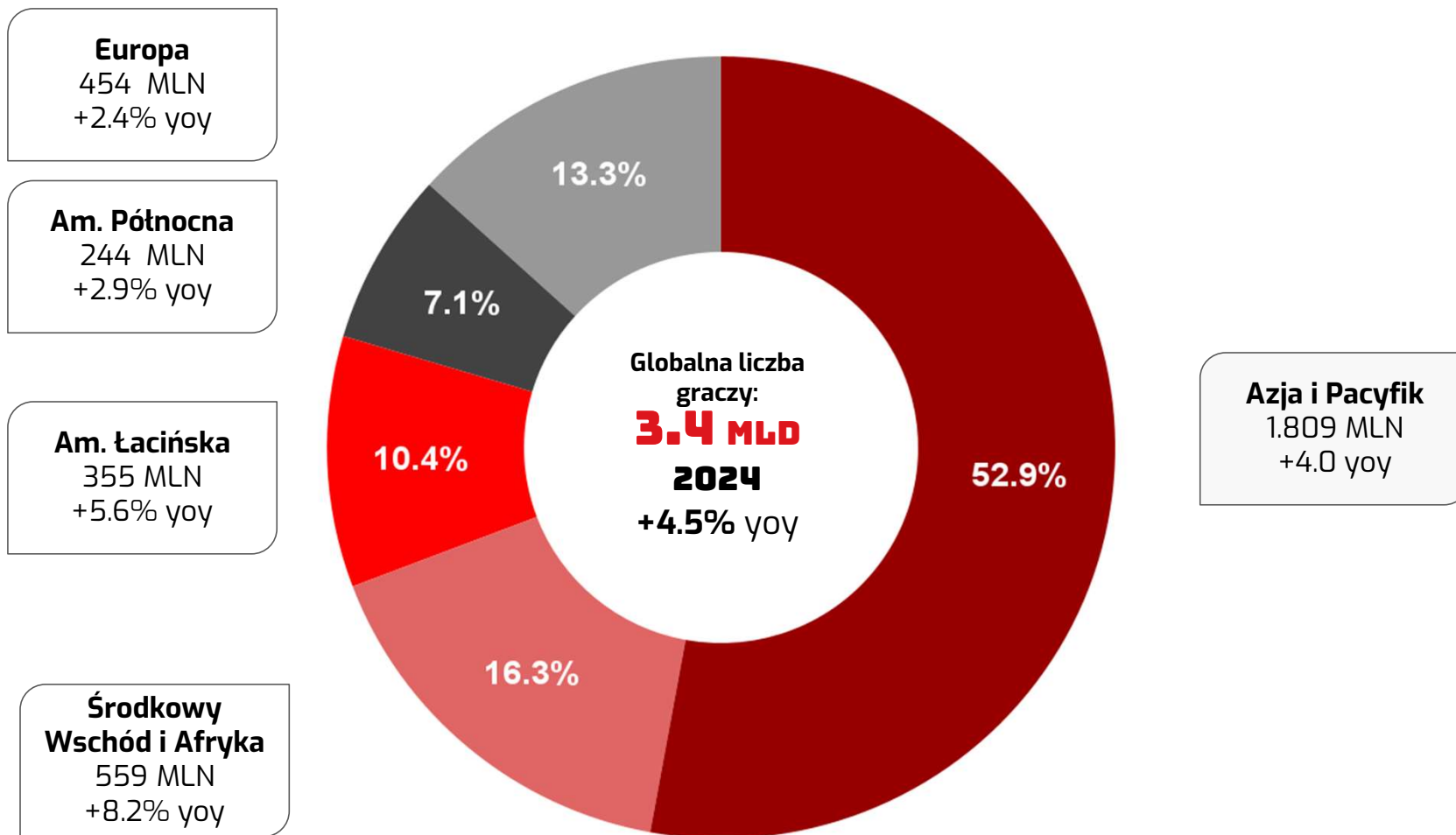
Największy segment rynku gier

Walka o ustabilizowanie wartości rynku

Szacowany wzrost liczby graczy w 2024 r. to +4%

segment gier symulacyjnych rośnie szybciej niż rynek

# GLOBALNA POPULACJA GRACZY



# KONCENTRACJA NA SILNYCH TYTUŁACH

Żadna z nowych gier mobilnych nie przebiła się do **TOP 10 gier mobilnych w 2024**



**Monopoly Go!**



**Honor of Kings**



**Royal Match**



**Roblox**



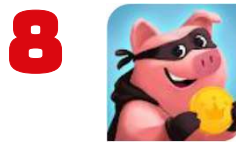
**Last War: Survival**



**Candy Crush Sega**



**Whiteout Survival**



**Coin Master**



**Dungeon & Fighter:Mobile**



**PUBG Mobile**



# PODSUMOWANIE



# 2024 W TEN SQUARE GAMES

Symulacje i testy w celu usunięcia barier blokujących wzrost głównych tytułów przyniosły jasny plan działań na 2025 rok. Publikacja wraz ze sprawozdaniem finansowym za 2024 rok.

Rozpoczęcie prac nad prototypami w celu zabezpieczenia nowych, perspektywicznych projektów dla przyszłego wzrostu Grupy. Decyzje strategiczne wkrótce.

Systematyczny rozwój Wings of Heroes, tworzy trzeci silny i rozwijający się tytuł w portfolio Grupy, wzmacniając pozycję w segmencie symulatorów lotu.

Efektywność finansowa: rozwój TSG Store i osiągnięcie rentowności przez Gamestore.

Wysoka zdolność do generowania gotówki i realizacja skupu akcji własnych za rekordową kwotę 114.5 M PLN



AI



ten square games

# LEGAL DISCLAIMER

- Neither this presentation (the "Presentation", references to which shall be deemed to include any information which has been or may be supplied in writing or orally in connection herewith or in connection with any further enquiries) nor any copy of it nor the information contained herein is being issued and may be distributed directly or indirectly to or into the United States, Canada, Australia or Japan, except as stated below. By attending this meeting where this Presentation is being made, or by reading the Presentation slides, you agree to be bound by the following limitations.
- This Presentation has been prepared by Ten Square Games S.A. with its registered seat in Wrocław, Poland (the "Company") solely for investor relations purposes for use at the meetings with selected potential investors in the United States that classify as Qualified Institutional Buyers as defined in Rule 144A under the U.S. Securities Act of 1933, as amended, to provide such investors with general information on the Company and its group and an overview of its operations and historical financial results.
- This Presentation is confidential. Neither this Presentation or any part hereof nor the information contained herein may be reproduced or redistributed, passed on, or the contents otherwise divulged, directly or indirectly, to any other person or published, in whole or in part.
- If you gain access to this Presentation by mistake, or you are not an addressee of this Presentation or a person authorised to use this Presentation, please bear in mind the confidential nature of this Presentation and immediately contact the Company.
- Due to its nature, this Presentation is not a promotional campaign material in the meaning of the applicable Polish securities law regulations, does not constitute any prospectus or other offering document, and does not constitute or form part of and should not be construed as an offer, solicitation or invitation to sell or issue, or an offer, solicitation or invitation to, subscribe for, underwrite, buy or otherwise acquire, securities of the Company or any of its subsidiaries in any jurisdiction, or an inducement to enter into investment activity in any jurisdiction. Neither this Presentation nor any part hereof, nor the fact of its distribution, shall form the basis of, or be relied on in connection with, any contract, commitment or investment decision whatsoever.
- This Presentation does not constitute a investment recommendation and/or inducement regarding the securities of the Company and/or its subsidiaries.
- The information contained in the Presentation has not been independently verified. No representation, warranty or undertaking, expressed or implied, is made as to, and no reliance should be placed on, the fairness, accuracy, completeness or correctness of the information or the opinions contained herein.
- This Presentation contains certain statistical, economic and market information relating to, inter alia, Poland and the industry in which the Company operates, market trends and some economic forecasts. Unless attributed exclusively to another source, such market information has been calculated based on data provided by the third-party sources identified herein and includes estimates, assessments, adjustments and judgments that are based on the Company's experience and familiarity with the sector in which the Company operates. Because such market information has been prepared in part based upon estimates, assessments, adjustments and judgments and not verified by an independent third party, such market information is, unless otherwise attributed to a third-party source, to a certain degree subjective. While it is believed that such estimates, assessments, adjustments and judgments are reasonable and that the market information which has been prepared is appropriately reflective of the sector and the markets in which the Company operates, there can be no assurance that such estimates, assessments and judgments are the most appropriate for making determinations relating to market information or that market information prepared by other sources will not differ materially from the market information included herein.
- Matters discussed in this Presentation may constitute forward-looking statements. Forward-looking statements constitute statements that are other than statements of historical fact. Statements which include the words "expects", "intends", "plans", "believes", "projects", "anticipates", "will", "targets", "aims", "may", "would", "could", "continue" and similar statements of a future or forward-looking nature identify such forward-looking statements. Forward-looking statements include statements regarding the business strategy, plans and objectives of the Company for future operations. All forward-looking statements included in this Presentation address matters that involve known and unknown risks, uncertainties and other factors which could cause the Company's actual results, performance or achievements to differ materially from those indicated in such forward-looking statements and from past results, performance or achievements of the Company. Such forward-looking statements are based upon various assumptions regarding future events, including numerous assumptions regarding the Company's present and future business strategies and future operating environment. Although the Company believes that these estimates and assumptions are reasonable, they may prove to be incorrect.
- The information, opinions and forward-looking statements contained in this Presentation speak only as at the date of this Presentation and are subject to change without notice. The Company and its respective agents, employees and advisors do not intend to, and expressly disclaim any duty, undertaking or obligation to, make or disseminate any supplement, amendment, update or revision to any of the information, opinions or forward-looking statements contained in this Presentation to reflect any change in events, conditions or circumstances. To the extent permitted under the applicable provisions of law, neither the Company, nor any of its respective affiliates, advisers or representatives shall have any liability whatsoever (in negligence or otherwise) for any loss however arising from any use of this Presentation or its contents or otherwise arising in connection with this Presentation.
- This Presentation is not for distribution or use by any person or entity in any jurisdiction where such distribution or use would be contrary to local law or regulation or which would subject the Company or any of its affiliates to authorisation, licensing or other registration requirements under applicable laws. Neither this Presentation nor any part or copy of it may be taken or transmitted into the United States, or distributed directly or indirectly in the United States, except to the extent expressly provided herein. Any failure to comply with this restriction may constitute a violation of United States securities laws. Persons into whose possession this Presentation comes should observe all such restrictions. Any securities referred to herein have not been, and will not be, registered under the US Securities Act of 1933, as amended. Any such securities may not be offered or sold in the United States except pursuant to an exemption from, or in a transaction not subject to, the registration requirements of such Act.
- By attending the meeting at which this Presentation is made you represent that you meet all criteria and classify as "Qualified Institutional Buyers" as defined in Rule 144A under the U.S. Securities Act of 1933, as amended.

**Q&A**





ten square\_games

# DZIĘKUJEMY

## Contact details:

**Nina Graboś** – IR & PR Director

[nina.grabos@tensquaregames.com](mailto:nina.grabos@tensquaregames.com)





ten square games

# FISHING CLASH

## JAK POWSTAJĄ GRY NA LATA

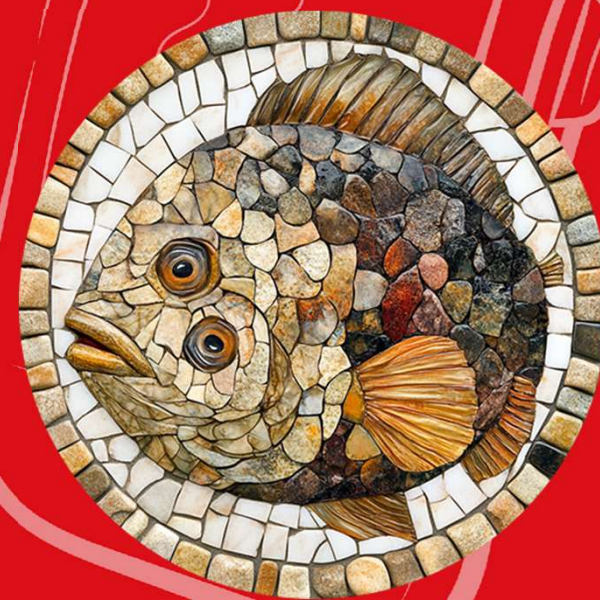




ten square\_games











# WYJĄTKOWY SYSTEM DESIGNU

**I DLACZEGO KONKURENCJA  
NIE MA SZANS**













# TOP GRY Z KATEGORII SIMULATION SPORTS Z OSTATNIEGO ROKU

<input type="checkbox"/>	#	Unified App	IQ Classification	Downloads ↕		Cumulative Downloads ↕		Store Revenue ↕		Cumulative Store Revenue ↕	
<input checked="" type="checkbox"/>	1	 eFootball 2024 KONAMI	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	253m	^48m	\$418m	N/A	\$1.41b	^\$418m
<input checked="" type="checkbox"/>	2	 EA SPORTS FC™ MOBILE 24 ... Electronic Arts	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	629m	^95m	\$228m	N/A	\$1.00b	^\$228m
<input checked="" type="checkbox"/>	3	 Professional Baseball Spirits A KONAMI	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	16.7m	^1m	\$205m	N/A	\$1.90b	^\$205m
<input checked="" type="checkbox"/>	4	 EA SPORTS FC™ MOBILE NEXON	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	11.7m	^1m	\$72.5m	N/A	\$263m	^\$73m
<input checked="" type="checkbox"/>	5	 Golf Clash Electronic Arts	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	71.3m	^5m	\$71.4m	N/A	\$931m	^\$71m
<input checked="" type="checkbox"/>	6	 8 Ball Pool Miniclip	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	1.23b	^111m	\$61.7m	N/A	\$859m	^\$62m
<input type="checkbox"/>	7	 Fishing Clash Ten Square Games	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	140m	^22m	\$36.0m	N/A	\$415m	^\$36m
<input type="checkbox"/>	8	 MLB 9 Innings 22 Com2uS	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	29.0m	^3m	\$32.7m	N/A	\$225m	^\$33m
<input type="checkbox"/>	9	 Golf Rival Zynga	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	41.4m	^5m	\$30.5m	N/A	\$260m	^\$31m
<input type="checkbox"/>	10	 Dream League Soccer 2020 First Touch	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	252m	^48m	\$22.5m	N/A	\$101m	^\$23m

# TOP GRY Z KATEGORII SIMULATION SPORTS Z OSTATNIEGO ROKU

<input type="checkbox"/>	13	 欢乐钓鱼大师 Ark Game	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	13.2m	^13m	\$18.3m	N/A	\$18.3m	^\$18m
<input type="checkbox"/>	20	 Fishing Master Ark Game	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	8.57m	^8m	\$10.6m	N/A	\$10.6m	^\$11m
<input type="checkbox"/>	30	 Ace Fishing Com2uS	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	63.5m	^1m	\$3.78m	N/A	\$111m	^\$4m
<input type="checkbox"/>	57	 Fishing Planet Fishing Planet LLC	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	6.38m	^3m	\$1.17m	N/A	\$2.63m	^\$1m
<input type="checkbox"/>	61	 Fishing Rival 3D Doodle Mobile	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	2.23m	^676k	\$945k	N/A	\$2.34m	^\$945k
<input type="checkbox"/>	74	 Ace Fishing Crew Com2uS	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	1.64m	^575k	\$604k	N/A	\$1.40m	^\$604k
<input type="checkbox"/>	87	 Let's Fish: Sport Fishing Ten Square Games	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	23.7m	^323k	\$418k	N/A	\$4.90m	^\$418k
<input type="checkbox"/>	90	 Ultimate Fishing! Fish Game Miniclip	Simulation Sports Sports	N/A	N/A	2.99m	^3m	\$413k	N/A	\$446k	^\$413k

# 欢乐钓鱼大师

App Device **Country/Region** City

All Apps (Unified App) ▼

Select Metrics: 4 Metrics selected ▼

All Supporter ▼

Jan 20, 2024 - Jan 18, 2025 | Day ▼

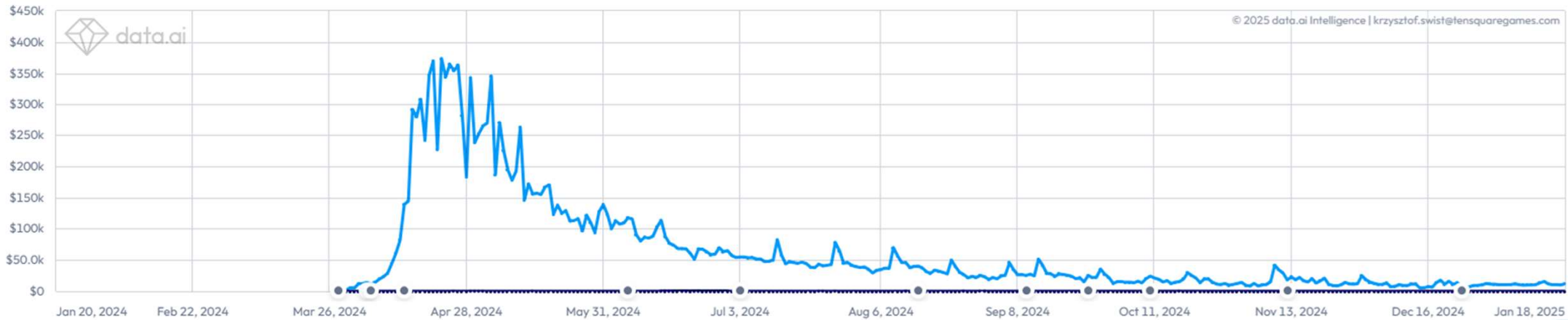
Combined Sensor Tower and data.ai estimates are now available for preview! [Request Access to Sensor Tower](#)

Downloads Cumulative Downloads **Store Revenue** Active Users






Single metric Multi-metric

Stack Percentage Highlight Weekends

Items on Timeline: All Items ▼



# FISHING MASTER

App **Device** Country/Region City  All Apps (Unified App) **Select Metrics:**  4 Metrics selected  Countries/Regions  Worldwide  Jan 20, 2024 - Jan 18, 2025 | Day

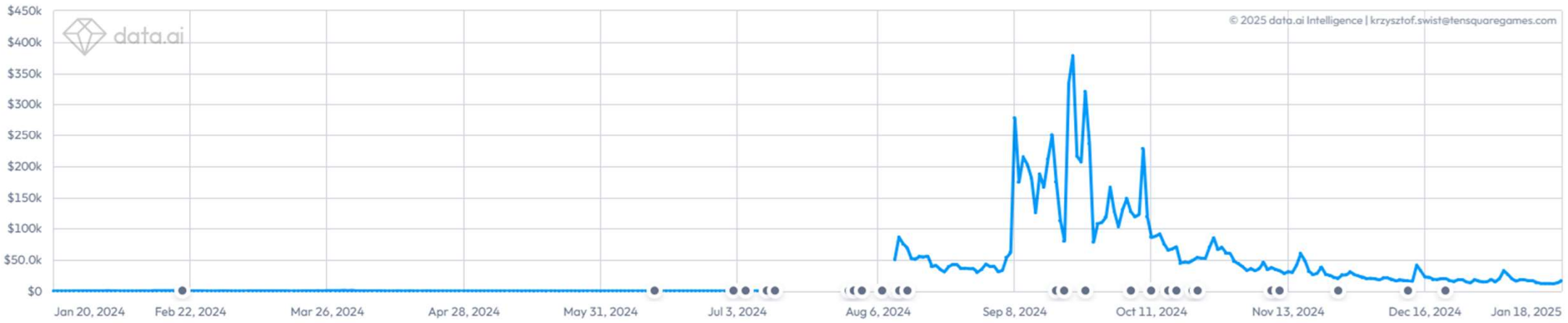
 Combined Sensor Tower and data.ai estimates are now available for preview! [Request Access to Sensor Tower](#)

Downloads Cumulative Downloads **Store Revenue** Active Users

**Single metric** Multi-metric

     Stack  Percentage  Highlight Weekends

Items on Timeline: All Items



# ACE FISHING

App Device Country/Region City  All Apps (Unified App)  Select Metrics:  4 Metrics selected  Countries/Regions  Worldwide  Jan 21, 2024 - Jan 19, 2025 | Day

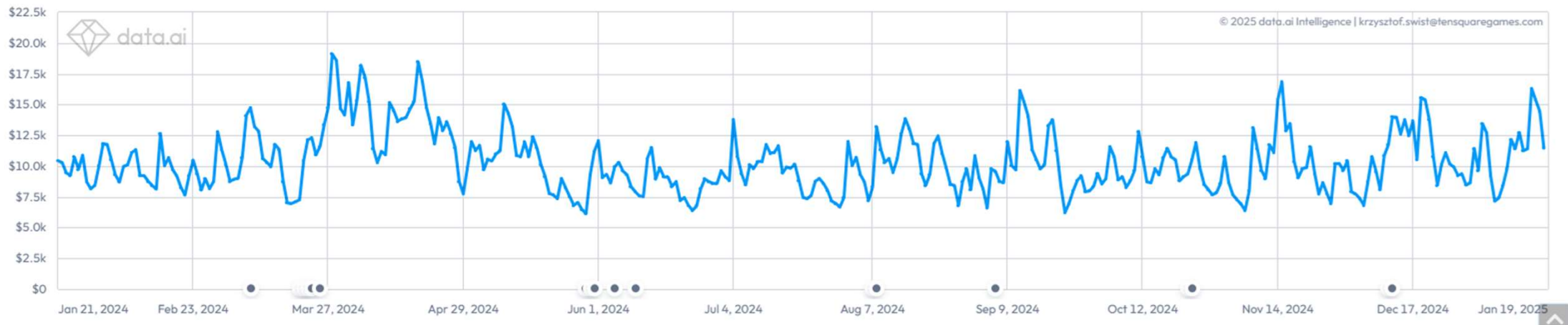
 Combined Sensor Tower and data.ai estimates are now available for preview! [Request Access to Sensor Tower](#)

Downloads Cumulative Downloads **Store Revenue** Active Users

Single metric Multi-metric

    Stack  Percentage  Highlight Weekends

Items on Timeline: All Items



# GRY NA LATA?

**83%**

gier jest zamykana  
w ciągu 3 lat od premiery



**76%**

gier osiąga szczyt swoich  
przychodów w pierwszym  
roku swojej działalności

Ponad **50%** developerów  
gier mobilnych wykorzystuje  
mechanizm LiveOps w grach...

ale **38%** z nich nie dodaje  
regularnie kontentu i nie  
wprowadza aktualizacji gier.

Źródło: raport Good Games Don't Die przygotowany przez SuperScale



ten square games





ten square\_games

# EVENTY, EVENTY

I ICH EGZEKUCJA W GRZE  
NA ŚWIATOWYM POZIOMIE



# EVENTY - STRATEGIA



ten square\_games

---



# EVENTY

- ❖ jasny plan na dany okres – określenie ścieżki gracza
- ❖ właściwe zaprojektowanie segmentów (trudności) wydarzeń
- ❖ dopasowanie ofert sprzedażowych do ścieżki gracza i trudności wydarzeń
- ❖ właściwe zaprojektowanie rywalizacji



# EVENTY - PODSUMOWANIE

**STARCIE KLANÓW** ⓘ  
13g 35min

SHOP INFO RANKING ✕

x 20 x 20 x 3000 x 3000 x 3000

2. JEZIORO GUNTERSVILLE  
BASS BIAŁY  
ZWYCZAJNA 36/2  
POZIOM 1

YOUR SCORE  
25460  
YOUR PLACE  
234

Claim 150000 PTS

STAGE 1 STAGE 2 STAGE 3 STAGE 4 STAGE 5 STAGE 6 ENDS IN: 0 SEK

	WYGRAJ POJEDYNEK Z PRZEWAGĄ NA OBU RYBACH	5/5	SERIA 3/3	750PKT	210
	WYGRAJ POJEDYNEK Z PRZEWAGĄ NA OBU RYBACH	0/2	SERIA 0/3	750PKT	0
	WYGRAJ POJEDYNEK Z		SERIA		





ten square\_games

**DZIĘKUJĘ  
ZA UWAGĘ!**

**PYTANIA?**





ten square\_games

# HUNTING CLASH

**rewolucja w grze**

**– zmiany wprowadzone w 2024 r.**

**Jakub Noganowicz**



# PRACA NAD PRODUKTEM





# NAD CZYM PRACUJEMY NA CO DZIEŃ



- **Utrzymanie gry** - serwery, doraźne rozwiązywanie problemów, LiveOpsy
- **Content** - Nowe zwierzęta, Lokacje
- **Usprawnienia techniczne** - wspieranie nowych wersji androida/iosa, optymalizacje czasów ładowania gry i funkcjonalności
- **Nowe narzędzia dla zespołów** - Optymalizacja czasu pracy, nowe możliwości serwowania LiveOpsów
- **Nowe funkcjonalności** - Rozwój produktu, więcej możliwości dla graczy



# NAD CZYM PRACUJEMY NA CO DZIEŃ



- **Utrzymanie gry** - serwery, doraźne rozwiązywanie problemów, LiveOpsy
- **Content** - Nowe zwierzęta, Lokacje
- **Usprawnienia techniczne** - wspieranie nowych wersji androida/iosa, optymalizacje czasów ładowania gry i funkcjonalności
- **Nowe narzędzia dla zespołów** - Optymalizacja czasu pracy, nowe możliwości serwowania liveopsów
- **Nowe funkcjonalności** - Rozwój produktu, więcej możliwości dla graczy



# ZMIANA PODEJŚCIA





# NASYCENIE PRODUKTU FUNKCJONALNOŚCIAMI



# DLACZEGO POTRZEBOWALIŚMY ZMIAN



- **Zmniejszenie skuteczności** wprowadzanych funkcjonalności
- Zbyt duże skupienie na krótkoterminowych efektach
- Pojedyncze funkcjonalności nie kontrybuowały do celu
- Rosnący Churn płatników



# NOWY CEL I PODEJŚCIE



Symulacje



Churn (1) + Zaangażowanie (2) + Przychody(3)



Fundament



**JAK TO ZROBIĆ?**



# SZUKANIE **INSPIRACJI**



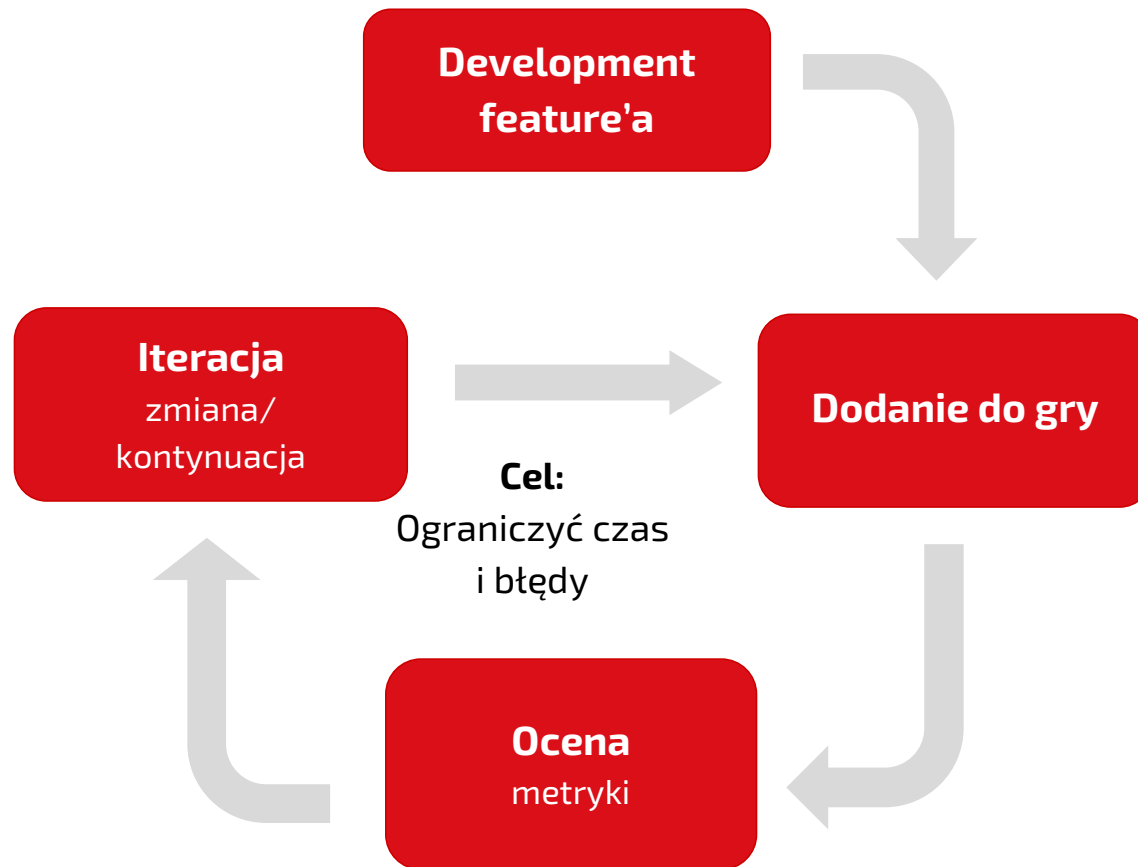
- **Szukanie wskazówek w danych**
  - Edukacja zespołu w analizie danych
  - Ścisła współpraca z zespołem Business Intelligence
- **Inne produkty na rynku**
- **Feedback graczy**
  - VIP Chaty, Feedback z social media
  - Rozmowy f2f z graczami
- **Czerpanie z rzeczywistych praktyk środowiska łowieckiego**



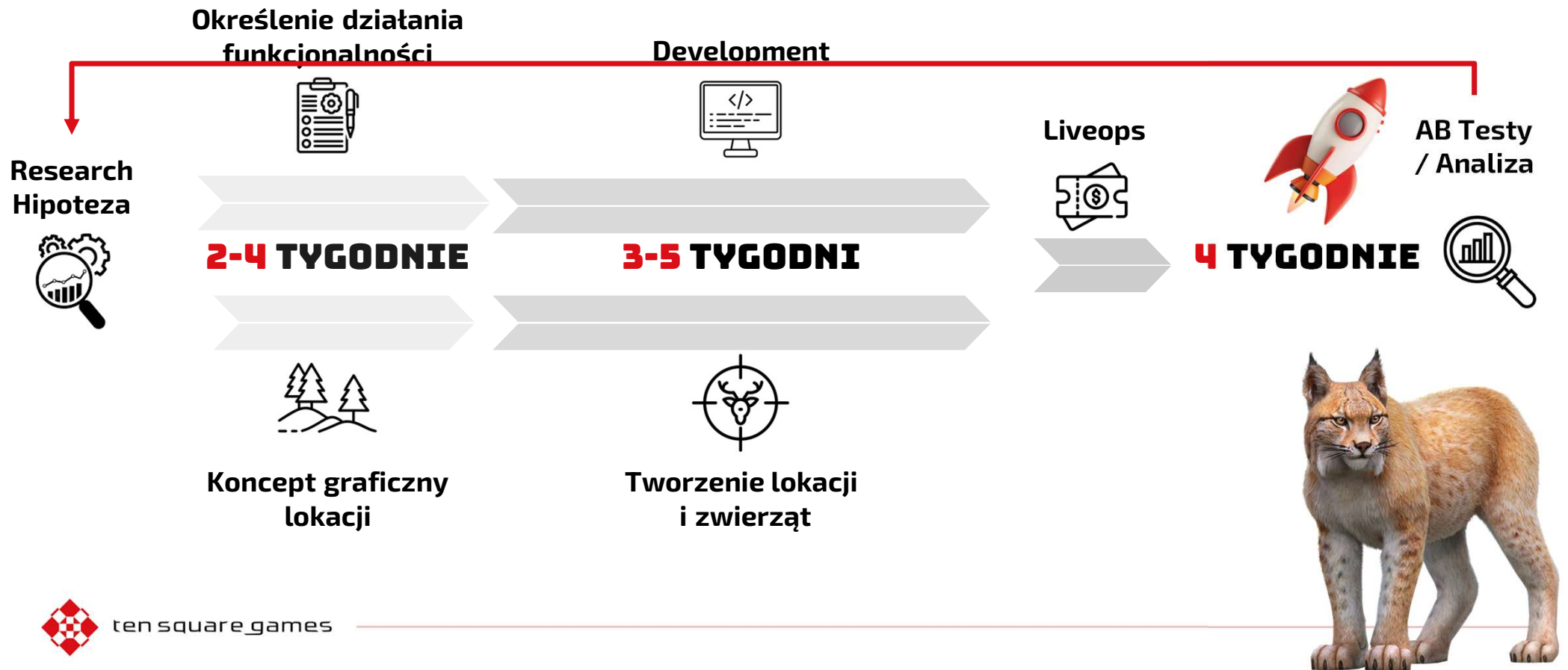
# WYGENEROWANIE POMYSŁÓW



# ITERACYJNOŚĆ



# PROCES POWSTAWANIA





# DEVELOPMENT



# BACKLOG

- **Ptaki - Inne zachowanie zwierząt**
- **Huntspots - Ambona oraz Platforma myśliwska**
  - Inne mechaniki w zależności od Huntspotu
  - Nawiązanie do realiów myśliwskich
  - Różne widoki na lokacje vs 1 widok
- **Bestie - Gra w grze**
  - Inna mechanika polowania
  - Unikalny tryb progressu dla tego trybu
- **Himalaje - Mix poprzednich 2 pomysłów**
- **Paśniki**



# HUNTSPOTS





1  
16.6M

Ruda  
LVL 173

7  
VIP

8/80

4

Koło Fortuny  
5h 31min



16227790



207095



WYDARZENIA

MISTRZOSTWA

4  
WYZWANIA

KLUBY

UMIĘTNOŚCI

2 1 3  
RANKINGI

NOWE

2 1 3  
RANKING

NOWE

5

NOWE

1

Ostateczne Polowanie  
5h 36min

Podbój Himalajów  
5h 36min

Dookoła świata  
4d 5h

55min

55min

x31989

x32877

x32610

x32680

x33211

KARTA WABIKA

26 QUEBEC  
Wapiti wschodni  
LVL 1  
LEGENDARNE 1/2

PREMIA +12%  
1

Koniec za:  
5h 36min



KS POJEDYNKI

9d 4h

GOTOWE!

ODBIERZ

SKLEP

x1

POLUJ



1  
16.6M

Ruda  
LVL 173

7  
VIP  
3

8/80

4

Koło Fortuny  
5h 31min

16227790

207095



WYDARZENIA



MISTRZOSTWA



WYZWANIA



KLUBY



UMIĘJĘTNOŚCI



RANKINGI

NOWE  
Ostateczne Polowanie  
5h 36min

NOWE  
Podbój Himalajów  
5h 36min

NOWE  
Dookoła świata  
4d 5h

55min

55min

VS POJEDYNKI  
9d 4h

GOTOWE!

ODBIERZ

Koniec za:  
5h 36min



SKLEP

x1

BONUS  
POLUJ

x31989

x32877

x32610

x32680

x33211

KARTA WABIKA

26 QUEBEC  
Wapiti wschodni  
LVL 1  
LEGENDARNE 1/2

PREMIA +12%





1  
16.6M

Ruda  
LVL 173

7  
VIP 3

8/80

4

Koło Fortuny  
5h 31min



1622790



207095



WYDARZENIA

MISTRZOSTWA

4  
WYZWANIA

KLUBY

UMIEJĘTNOŚCI

2 1 3  
RANKINGI

NOWE  
Ostateczne Polowanie  
5h 36min

NOWE  
Podbój Himalajów  
5h 36min

NOWE  
Dookoła świata  
4d 5h

55min

55min

x31989

x32877

x32610

x32680

x33211

KARTA WABIKA

26 QUEBEC  
Wapiti wschodni  
LVL 1  
LEGENDARNE 1/2

Koniec za:  
5h 36min

SKLEP



PREMIA +12%

POJEDYNKI

9d 4h

GOTOWE!

ODBIERZ

SKLEP

x1

POLUJ



1  
16.6M

Ruda  
LVL 173

7  
VIP

8/80

4

Koło Fortuny  
5h 30min



16227790



207095



WYDARZENIA



MISTRZOSTWA



WYZWANIA



KLUBY



UMIĘJĘTNOŚCI



RANKINGI

NOWE

2 1 3

Ostateczne Polowanie  
5h 35min

NOWE

5

Podbój Himalajów  
5h 35min

NOWE

1

Dookoła świata  
4d 5h

54min

54min

x31989

x32877

x32610

x32680

x33211

KARTA WABIKA

26 QUEBEC

Wapiti wschodni

LVL 1

LEGENDARNE 1/2

Koniec za:  
5h 35min



1

PREMIA +12%

VS POJEDYNKI

9d 4h



GOTOWE!



ODBIERZ

SKLEP



x1

POLUJ



ZAKRES PUNKTÓW  
**3790 - 4153**



**Wapiti wschodni**

**NASTĘPNE**

**ANULUJ**








LEGENDARNE

# Wapiti wschodni

 Gigantyczne zwierzęta

 **4051 PKT**

**6**  

 Kg

**345.66 KG**



**75**

**ODBIERZ**

BEST PLAYER  
@realthy Hunter HCR  KraTos  
BEST CLUB  
HC-Regulators



# HUNTSPOTS



## Wnioski:

- **Nowinki na lokacjach mogą być dobrym kierunkiem**
  - Wyraźnie jedna z mechanik spodobała się bardziej niż druga
  - Dużo pozytywnych komentarzy odnośnie lokacji
- **Pozytywny feedback dotyczący nowego contentu (!)**
- **Zauważalnie zwiększone zaangażowanie graczy, aby odblokować kolejne huntspoty**
- **Brak możliwości dobrej monetyzacji tej funkcjonalności**



**BESTIE**





1  
16.6M

Ruda  
LVL 173

7  
VIP

8/80

12

Koło Fortuny  
5h 35min



16227711



207095



NOWE  
RANKINGI  
2 1 3  
Ostateczne Polowanie  
5h 40min

NOWE  
5  
Podbój Himalajów  
5h 40min

NOWE  
Dookoła świata  
4d 5h

58min

58min

x31990

x32878

x32611

x32681

x33212

KARTA WABIKA

26  
STEP MANUCI  
Lestodon  
LVL 3  
MITYCZNE 7/10

PREMIA +5%

Koniec za:  
5h 40min



VS POJEDYNKI

9d 5h



ODBIERZ

SKLEP

x1

POLUJ



Wydarzenie

Wyposażenie

Grotty strzał <sup>3</sup>



Zbierz wszystkie gwiazdki bestii!



WŚCIEKŁY BIZON



ZABÓJCZY WILK



MITRIJA



23/75





Wydarzenie

Wypożażenie

Groty strzał <sup>3</sup>

Ulepszaj swoje wypożażenie, aby podnosić jego statystyki i osiągać lepsze wyniki!

## STATYSTYKI

PREMIA DLA BESTII 460

OBRAŻENIA 12730

SZYBKOŚĆ PRZEŁADOWANIA 1.71s

SZANSA NA KRYTYCZNY STRZAŁ 2.85%

OBRAŻENIA KRYTYCZNE 8550

LICZBA STRZAŁ 6



Poziom: 14 / 15

ULEPSZ



0/4

480/50

150/100



Poziom: 6 / 15

ULEPSZ



18/50

11/100

0/1



Poziom: 6 / 15

ULEPSZ



18/

11/1

0/



Poziom: 11 / 15

ULEPSZ



0/2

470/50

4/100



Poziom: 5 / 15

ULEPSZ



454/50

11/100



Poziom: 10 / 15

ULEPSZ



0/

470/

4/1

Wydarzenie

Wyposażenie

Grot strzał <sup>3</sup>



Grot podnoszą statystyki tylko przy polowaniu na określone bestie.



4/1

11/50

Poziom: 4 / 15

ULEPSZ

SZANSA NA KRYTYCZNY STRZAŁ 0.47% +0.09%

PREMIA DLA BESTII

4 +1

OBRAŻENIA

150 +50



4/1

11/100

Poziom: 5 / 15

ULEPSZ

SZANSA NA KRYTYCZNY STRZAŁ 0.56% +0.09%

PREMIA DLA BESTII

5 +1

OBRAŻENIA

340 +85



4/1

600/50

Poziom: 1 / 15

ULEPSZ

SZANSA NA KRYTYCZNY STRZAŁ 0.25% +0.05%

PREMIA DLA BESTII

1 +1

OBRAŻENIA

0 +140



## TRYB BESTII

**ULEPSZAJ SWOJE WYPOSAŻENIE, POLUJ NA BESTIE I WYGRYWAJ NAGRODY**



ULEPSZ

ULEPSZAJ WYPOSAŻENIE



POLUJ NA BESTIE



ODBIERZ

ODBIERAJ NAGRODY







**Bestie mogą Cię atakować. Upoluj je, zanim one upolują Ciebie!**

**POLUJ**









RZADKIE

# ZABÓJCZY WILK

 PREHISTORYCZNE



36115 PKT



89.19 KG



ZEBRANE MATERIAŁY



x1

**ODBIERZ**









*Upgrade equipment to increase equipment power to get results for beasts.*



**5sec**

**DO JASKINI**

# BESTIE



## Wnioski:

- **Inny sposób polowania oraz rozgrywki** jest jak najbardziej pożądanym
- Osobna **linia progresu** dodała dużo głębi na czas trwania lokacji
- Zbyt duża losowość w osiągnięciu celów była złą z perspektywy graczy
- Bardzo dobry fundament do zbudowania większego systemu



**HIMALAJE**



# HIMALAJE



- **Kontynuacja z Huntspotami**
  - Został tylko ten lepiej odebrany przez graczy
- **Kontynuacja z bestiami, lecz w mniejszej skali**
  - Przesunięcie losowości w inne miejsca
- **Piny - system kolekcji**





1  
16.6M

Ruda  
LVL 173

7  
VIP

8/80

10

Koło Fortuny  
5h 34min

16227711

207095



WYDARZENIA

MISTRZOSTWA

4  
WYZWANIA

KLUBY

UMIEJĘTNOŚCI

2 1 3  
RANKINGI

NOWE  
RANKING  
2 1 3  
Ostateczne Polowanie  
5h 40min

NOWE  
5  
Podbój Himalajów  
5h 39min

NOWE  
Dookoła świata  
4d 5h

57min

57min

i

Kg Kg  
x31990

x32878

x32611

x32681

x33212



KARTA WABIKA

26  
HIMALAJE  
Niedźwiedź himalajski  
LVL 5  
MITYCZNE 12/50

Koniec za:  
5h 39min

SKLEP



PREMIA +11%

VS POJEDYNKI  
9d 4h

GETOWE!

ODBIERZ

SKLEP

x1

POLUJ



**Ruda**  
LVL 173



**NOWE**  
**RANKING CUP**  
2 1 3  
**Ostateczne Polowanie**  
5h 38min

**NOWE**  
**5**  
**Podbój Himalajów**  
5h 39min

**NOWE**  
**Dookoła świata**  
4d 5h

**KARTA WABIKA**

26  
HIMALAJE  
**Niedźwiedź himalajski**  
LVL 5  
MITYCZNE 12/50

Koniec za:  
**5h 38min**



PREMIA +11%

**VS POJEDYNKI**  
9d 4h

**ODBIERZ**

**SKLEP**

**BONUS**  
**POLUJ**



1  
16.6M

Ruda  
LVL 173

7  
VIP  
3

8/80

10

Koło Fortuny  
5h 32min

16227711

207095



WYDARZENIA

MISTRZOSTWA

4  
WYZWANIA

KLUBY

UMIĘTNOŚCI

2 1 3  
RANKINGI

NOWE  
RANKING  
2 1 3  
Ostateczne Polowanie  
5h 38min

NOWE  
5  
Podbój Himalajów  
5h 37min

NOWE  
Dookoła świata  
4d 5h

56min

56min

+



Koniec za:  
5h 37min

+

KARTA WABIKA

26  
HIMALAJE  
Niedźwiedź himalajski  
LVL 5  
MITYCZNE 12/50

PREMIA +11%  
1

VS POJEDYNKI  
9d 4h

GOTOWE!

ODBIERZ

SKLEP

x1

BONUS  
POLUJ



1  
16.6M

Ruda  
LVL 173

7  
VIP  
3

8/80

10

Koło Fortuny  
5h 33min

16227711

207095



WYDARZENIA

MISTRZOSTWA

4  
WYZWANIA

KLUBY

UMIĘTNOŚCI

2 1 3  
RANKINGI

NOWE  
RANKING  
2 1 3  
Ostateczne Polowanie  
5h 38min

NOWE  
5  
Podbój Himalajów  
5h 39min

NOWE  
Dookoła świata  
4d 5h

57min

57min



x31990

x32878

x32611

x32681

x33212

KARTA WABIKA

26  
HIMALAJE  
Niedźwiedź himalajski  
LVL 5  
MITYCZNE 12/50

Koniec za:  
5h 38min



PREMIA +11%  
1

VS POJEDYNKI

9d 4h



ODBIERZ

SKLEP

x1

POLUJ

BONUS



1  
16.6M

Ruda  
LVL 173

7  
VIP  
3

8/80

10

Koło Fortuny  
5h 33min

16227711

207095



WYDARZENIA

MISTRZOSTWA

4  
WYZWANIA

KLUBY

UMIEJĘTNOŚCI

2 1 3  
RANKINGI

NOWE  
Ostateczne Polowanie  
5h 38min

NOWE  
Podbój Himalajów  
5h 39min

NOWE  
Dookoła świata  
4d 5h

57min

57min

x31990

x32878

x32611

x32681

x33212

KARTA WABIKA

26  
HIMALAJE  
Niedźwiedź himalajski  
LVL 5  
MITYCZNE 12/50

Koniec za:  
5h 38min

PREMIA +11%  
1

POJEDYNKI  
9d 4h

WYDARZENIA  
GOTOWE!

ODBIERZ

SKLEP

x1

BONUS  
POLUJ



ZAKRES PUNKTÓW  
**6878 - 7287**



**Niedźwiedź  
himalajski**

**NASTĘPNE**

**ANULUJ**





MITYCZNE

# Niedźwiedź himalajski

Wielkie zwierzęta

**P** 7240 PKT

12 ★★☆☆☆☆☆☆☆☆

Kg Kg

201.43 KG



79

ODBIERZ

BEST PLAYER  
MAJESTIC  
PENGUIN  
BEST CLUB  
HC-REGULATORS



# HIMALAJE



## Wnioski:

- Potwierdzenie, że **tryb bestii ma duży potencjał**
  - Gracze go lubią, nam daje olbrzymią możliwość do eksperymentów oraz rozbudowy
- Udana próba **mocniejszego połączenia z podstawową linią progresu**
- Przesunięcie losowości na inne elementy **spotkało się z dobrym feedbackiem**






**CO DALEJ**







Provence: **Feedspots**  
Going Live on 17<sup>th</sup> January



# FEED SPOTS

 25210 



Complete tasks to received materials and weight bonuses for animals. After the activation, bonuses are active for some time. Then they locked for some time. You can complete task again and activate bonus again.

## Feeder

 +15%   
+5%   


## Saltlick

 +15%   
+15%   
+5%   
+5%   


## Trough

 +5%   


## Hayrack

 +15%   


## Autofeeder

 +15%   
+15%   
+5%   




Task to do:

Hunt big animals on location  
Hunt big animals on location




13/15


Click to activate

**ACTIVATE**

**ACTIVE FOR**

 12h 32min

**AVAILABLE AGAIN IN**

 12h 32min

**SPEED UP**  5





# MISSIONS

Defend objects from infected animals to get artifacts



MISSIONS



GUNS



ARTIFACTS





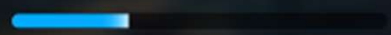
# GUNS

Upgrade weapon parts to get better score

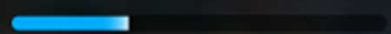


## STATISTICS

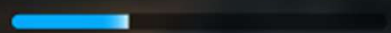
★ EQUIPMENT POWER 18/40



↻ DAMAGE 200



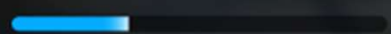
↻ RELOAD SPEED 20%



↻ CRITICAL CHANCE 20%



↻ CRITICAL DAMAGE 20



## SCOPE



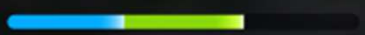
LVL 1/4

👉 223/163

👉 223/163

👉 233/163

↻ DAMAGE BONUS +15%



UPGRADE

## SCOPE



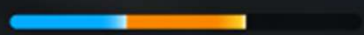
LVL 1/4

👉 23/163

👉 23/163

👉 23/163

↻ DAMAGE BONUS +15%



UPGRADE

## MAGAZINE



MAXED OUT



MISSIONS



GUNS



ARTIFACTS

# PODSUMOWANIE



- Udało się zaangażować graczy
- Powiększyć bazę płatników
- Czekają nas 2-3 kolejne symulacje
- Holistyczna optymalizacja





ten square\_games

**DZIĘKUJEMY  
ZA UWAGĘ!**

**TEN SQUARE GAMES**







ten square games



# WYKORZYSTANIE MECHANIK F2P W GRZE SYMULACYJNEJ



# 1. RYNEK



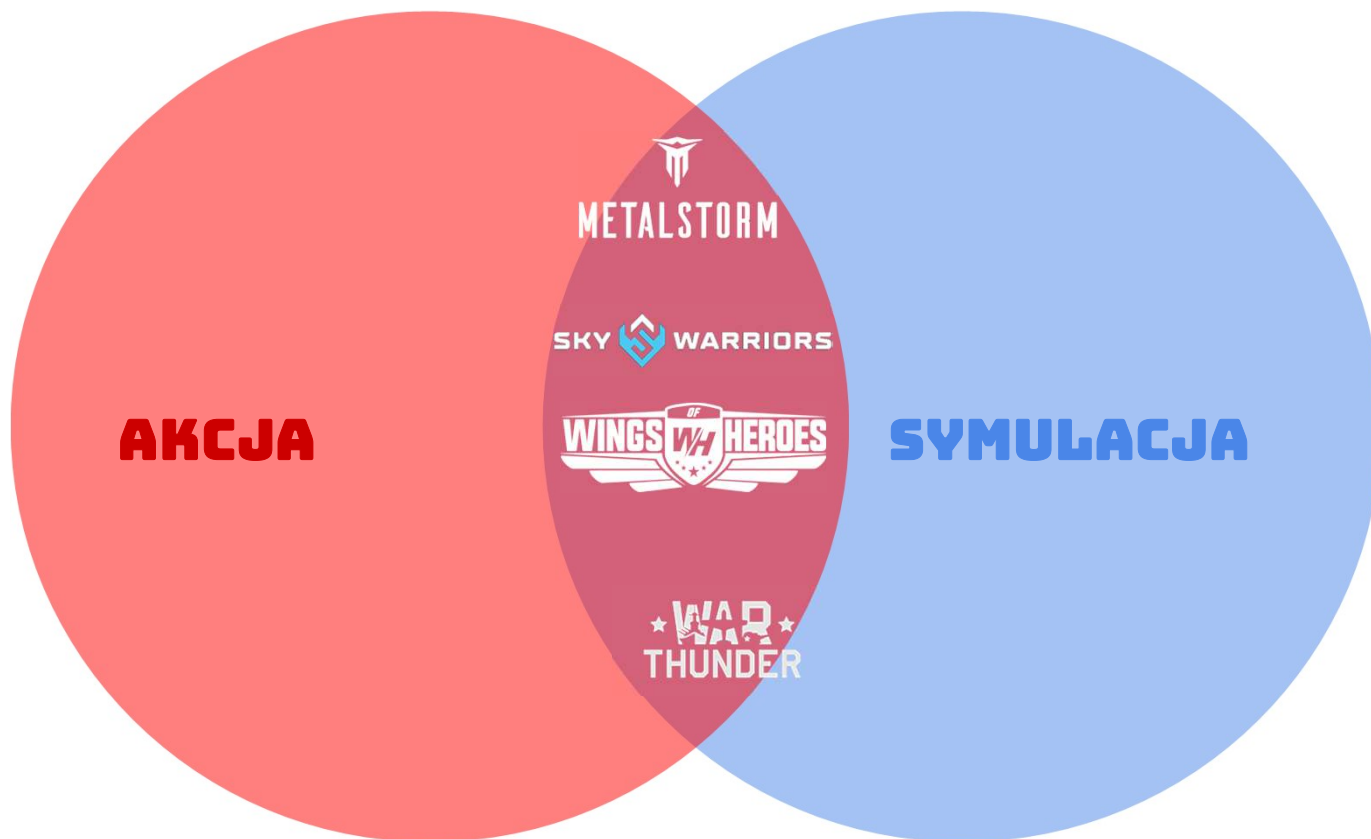
# CZY WINGS OF HEROES TO SYMULATOR?





# WINGS OF HEROES - POŁĄCZENIE **AKCJI** I **SYMULACJI**.

Odpowiednie połączenie realizmu i **akcji** pozwala pozyskać graczy zainteresowanych symulacjami oraz takich, którzy szukają zręcznościowego gameplayu nastawionego na rywalizację.



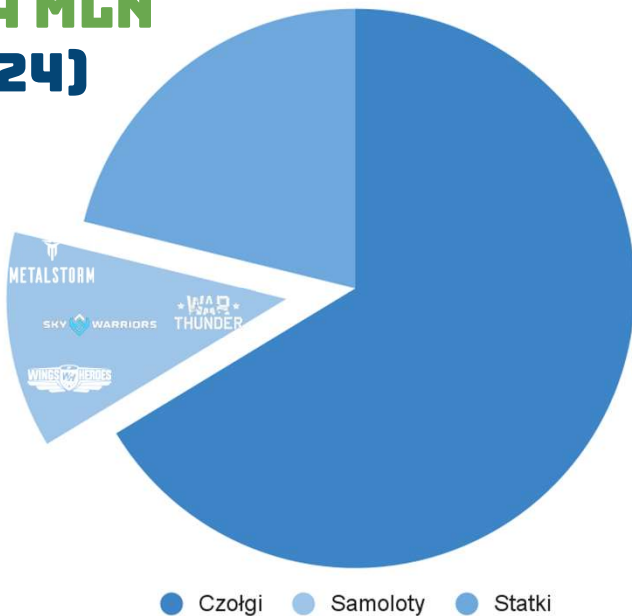
# GRY PODOBNE DO WINGS OF HEROES (AKCJA + SYMULACJA)

PVP w grach o samolotach to nie wyjątek. Bitwy czołgów czy statków również zawierają elementy symulacji.

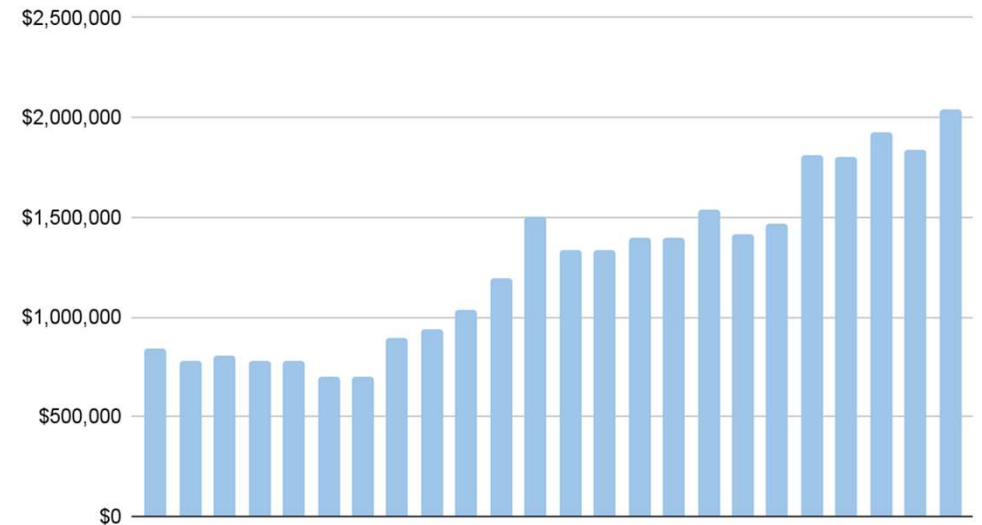
## NAJWIĘKSZE PVP SHOOTERY (+ SYMULACJA)

**+ \$134 MLN  
(2024)**

**W TYM  
SAMOŁOTY:  
+ \$19 MLN**



## SAMOŁOTY+PVP 2023-2024



Źródło: [www.data.ai](http://www.data.ai) (przychody z 2024 roku dla top gier z niszy vehicle combat)

Źródło: [www.data.ai](http://www.data.ai) (przychody z lat 2023-2024 dla gier z niszy plane combat)

## 2. BEZPOŚREDNI RYWALE

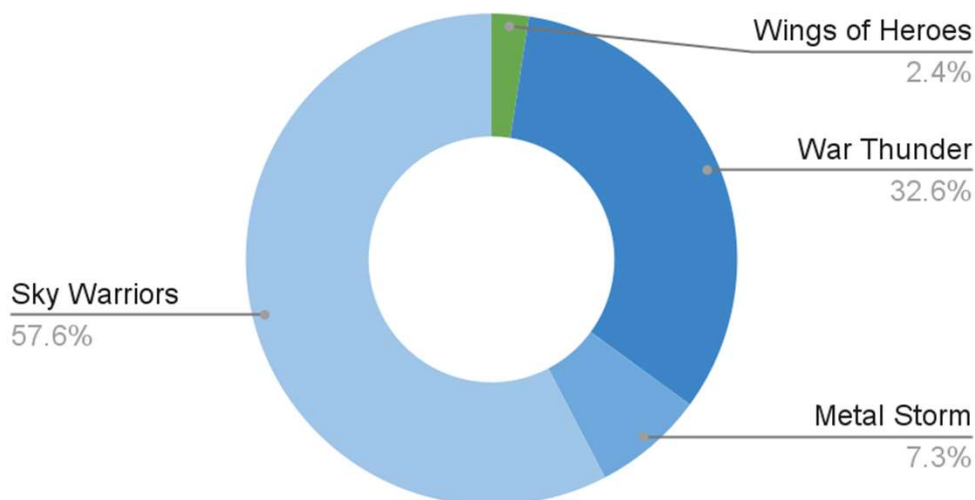




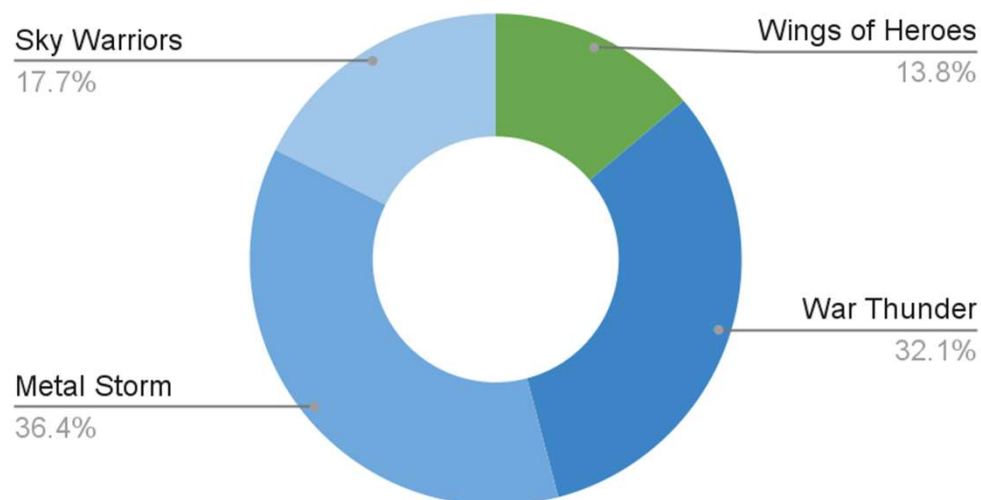
# BEZPOŚREDNI RYWALE (SAMOŁOTY PVP)

Pomimo **znacznie mniejszej** ilości pobrań w porównaniu do naszej konkurencji, **pod kątem przychodów** zajmujemy sporą część rynku.

## POBRANIA (2024)



## PRZYCHODY (2024)

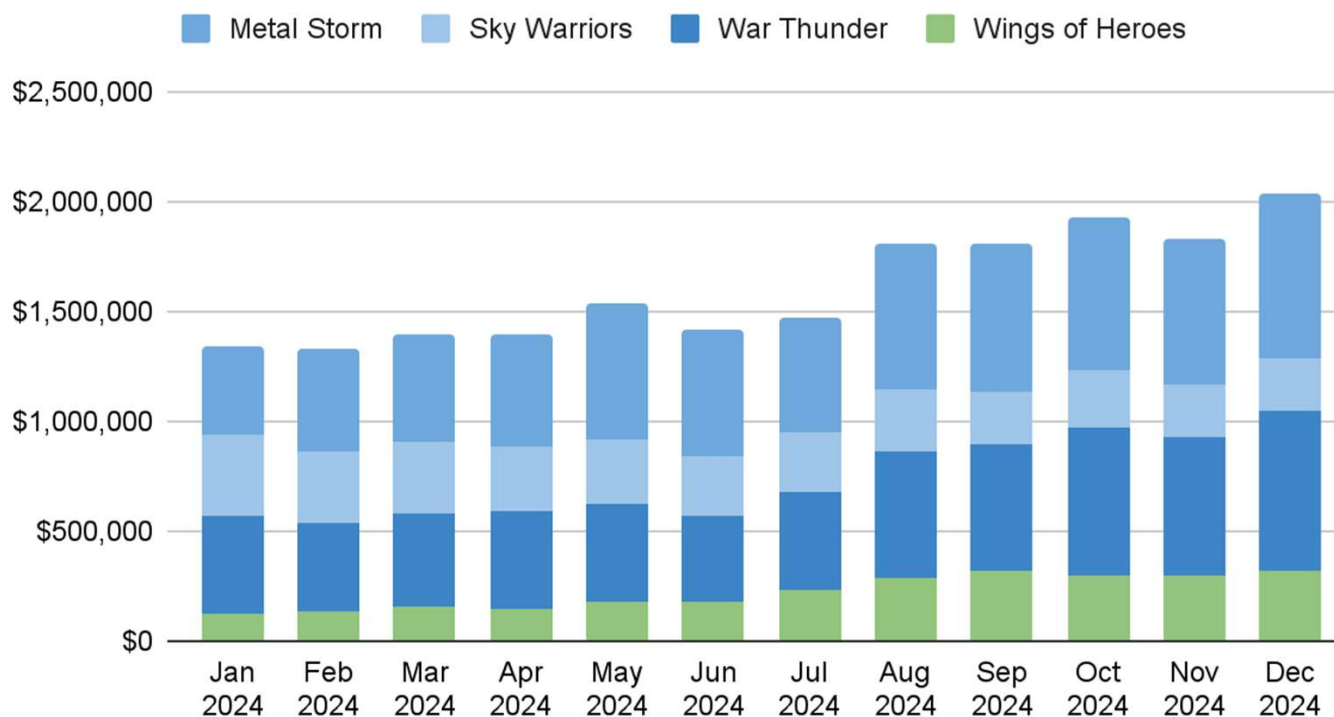


Źródło: [www.data.ai](http://www.data.ai) (pobrania i przychody z 2024 roku dla Wings of Heroes, War Thunder Mobile, Sky Warriors i Metal Storm)

# BEZPOŚREDNI RYWALE (SAMOLOTY PVP)

Nasza konkurencja rośnie... ale my także. Praktycznie cały rynek samolotów pvp **rośnie**.

## PRZYCHODY MIESIĘCZNE (2024)



Źródło: [www.data.ai](http://www.data.ai) (przychody z 2024 roku dla Wings of Heroes, War Thunder Mobile, Sky Warriors i Metal Storm)

# SKY WARRIORS

## SKY WARRIORS

- Gra bardziej skupiona na akcji,
- Bitwy krótkie i dynamiczne,
- Mniejsze przywiązanie do realizmu.

## WINGS OF HEROES

- Lepszy feeling samolotów
- Bardziej zróżnicowane game mody
- Bardziej rozbudowany system Live Ops
- Większa głębia monetizacyjna



REALIZM VS AKCJA

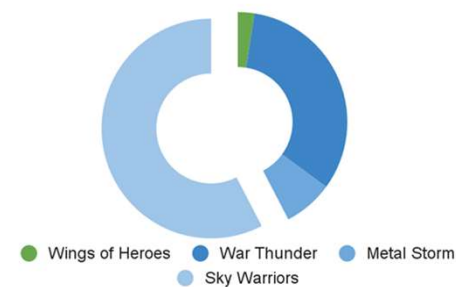


DŁUGOŚĆ BITWY

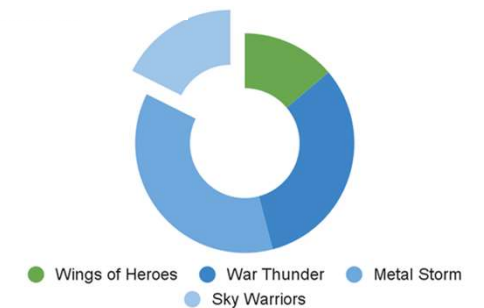


SAMOLOTY Z OKRESU

## POBRANIA



## PRZYCHODY



Źródło: [www.data.ai](http://www.data.ai) (pobrania i przychody z 2024 roku dla Wings of Heroes, War Thunder Mobile, Sky Warriors i Metal Storm)



# METAL STORM



METALSTORM

- Produkt cross platformowy (mobile + desktop),
- Gameplay dynamiczny, zręcznościowy,
- Mniejsze przywiązanie do realizmu.



- Większy realizm,
- Bardziej rozbudowany system Live Ops,
- Większa głębia monetizacyjna.



**REALIZM VS AKCJA**

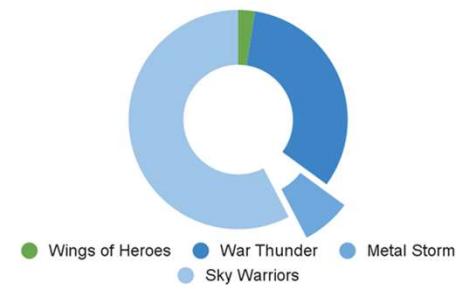


**DŁUGOŚĆ BITWY**

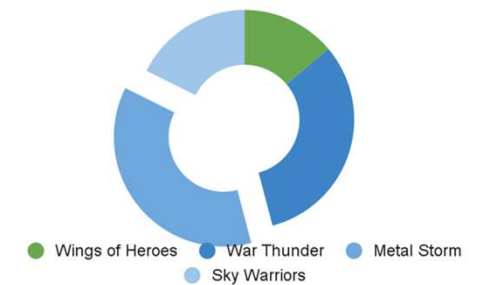


**SAMOLOTY Z OKRESU**

## POBRANIA



## PRZYCHODY



Źródło: [www.data.ai](http://www.data.ai) (pobrania i przychody z 2024 roku dla Wings of Heroes, War Thunder Mobile, Sky Warriors i Metal Storm)

# WAR THUNDER MOBILE



- Gra o czołgach, statkach i samolotach,
- Gameplay przeniesiony z desktopa,
- Długie bitwy



- Dobry balans między realizmem a akcją,
- Dynamiczne bitwy lepiej skrojone pod mobile,
- Bardziej rozbudowany system Live Ops.



REALIZM VS AKCJA



DŁUGOŚĆ BITWY



SAMOLOTY Z OKRESU

## POBRANIA



## PRZYCHODY



Źródło: [www.data.ai](http://www.data.ai) (pobrania i przychody z 2024 roku dla Wings of Heroes, War Thunder Mobile, Sky Warriors i Metal Storm)

# 3. BUDOWANIE GŁĘBI W WINGS OF HEROES



## PRZEBIEG ZMIAN:

Q1  
2023

Q2-Q3  
2023

Q3  
2023-  
Q1  
2024

Q2  
2024

Q3-Q4  
2024

### PIERWSZY KWARTAŁ PO GLOBALU WINGS OF HEROES:

- Znakomite wyniki w pierwszych dniach gracza.
- Uzależniający Gameplay.
- Brakuje głębi - gracze szybko przestają wydawać.
- Łączymy mocne strony TSG (budowanie głębi f2p) i Rortosa (gameplay i wiedza o samolotach).
- Przygotowujemy plan, dzięki któremu zmienimy WoH z gry na 2 tygodnie w grę na lata.





## PRZEBIEG ZMIAN:

01  
2023

02-03  
2023

Q3  
2023-  
Q1  
2024

Q2  
2024

Q3-Q4  
2024

### ETAP I: PRZEBUDOWA FUNDAMENTÓW GRY

- Ograniczamy wydatki na marketing.
- Wprowadzamy zamkniętą ekonomię.
- Tworzymy nową progresję.
- Nowy, lepszy matchmaking.
- Poprawiamy trudność bitew.



## PRZEBIEG ZMIAN:

01  
2023

02-03  
2023

03  
2023-  
01  
2024

02  
2024

03-04  
2024

### ETAP II: DAĆ GRACZOM CEL

- Wprowadzamy Live Opsy (know how z TSG).
- Dodajemy rankingi w wydarzeniach.
- Powstaje nowy system lig.
- Parametry gry z miesiąca na miesiąc wyglądają coraz lepiej.



## PRZEBIEG ZMIAN:

Q1  
2023

Q2-Q3  
2023

Q3  
2023-  
Q1  
2024

Q2  
2024

Q3-Q4  
2024

### ETAP III: WARSTWA SPOŁECZNA + KOOPERACJA

- Wprowadzamy do gry Eskadry (Klany).
- Eskadry zawierają tryb kooperacyjny.
- Parametry gry wyglądają zdrowo, zaczynamy stopniowo podnosić budżet na marketing.



## PRZEBIEG ZMIAN:

Q1  
2023

Q2-Q3  
2023

Q3  
2023-  
Q1  
2024

Q2  
2024

Q3-Q4  
2024

### ETAP IV: WARSTWA SPOŁECZNA + RYWALIZACJA

- Wprowadzamy Wojny Eskadr.
- Wojny zawierają specjalny system ligowy.
- Wojny Eskadr współgrają z eventami i widocznie wpływają na wyniki gry.
- Z miesiąca na miesiąc cały czas podnosimy budżet na marketing.





## **PODSUMOWANIE:**

- **Wings of Heroes jest dobrym połączeniem akcji i symulacji,**
- **Należy do szybko rozwijającej się niszy samolotów pvp,**
- **Ma obiecujący stosunek ilości pobrań do przychodów,**
- **Przychody Wings of Heroes mają rosnący trend,**
- **Obecnie jedyna gra skupiona typowo na samolotach z okresu II WŚ,**
- **Gameplay doskonale dopasowany do urządzeń mobilnych,**
- **Głęboka monetyzacja,**
- **Duży nacisk na Live Opsy i ich ciągły rozwój w grze.**



ten square\_games

**DZIĘKUJĘ  
ZA  
UWAGĘ!**





ten square\_games

# TSG STORE

## INVESTORS DAY



# TSG STORE GŁÓWNE ETAPY ROZWOJU





# TSG STORE BENCHMARK

## Benchmarki oraz Inspiracje



- Scopely - rozwiązania "pętli sklepowej" oraz walut sklepowych.



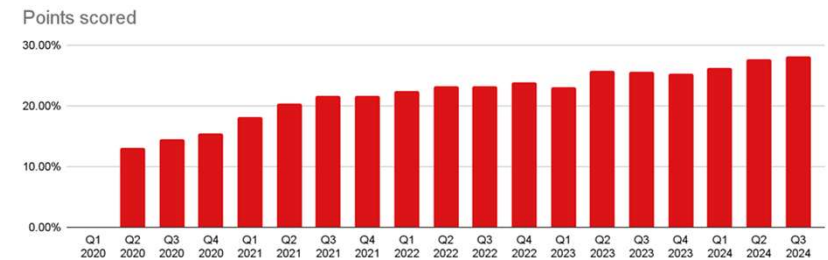
- Super cell - koncepcja "klubu lojalnościowego",



- Moon Active - UI sklepu tożsamy z aplikacją,
- Analiza ofert sklepowych konkurencji,
- Rozwiązania lojalnościowe e-commerce

## Wydajność konkurencji:

- Playtika - **27%** 

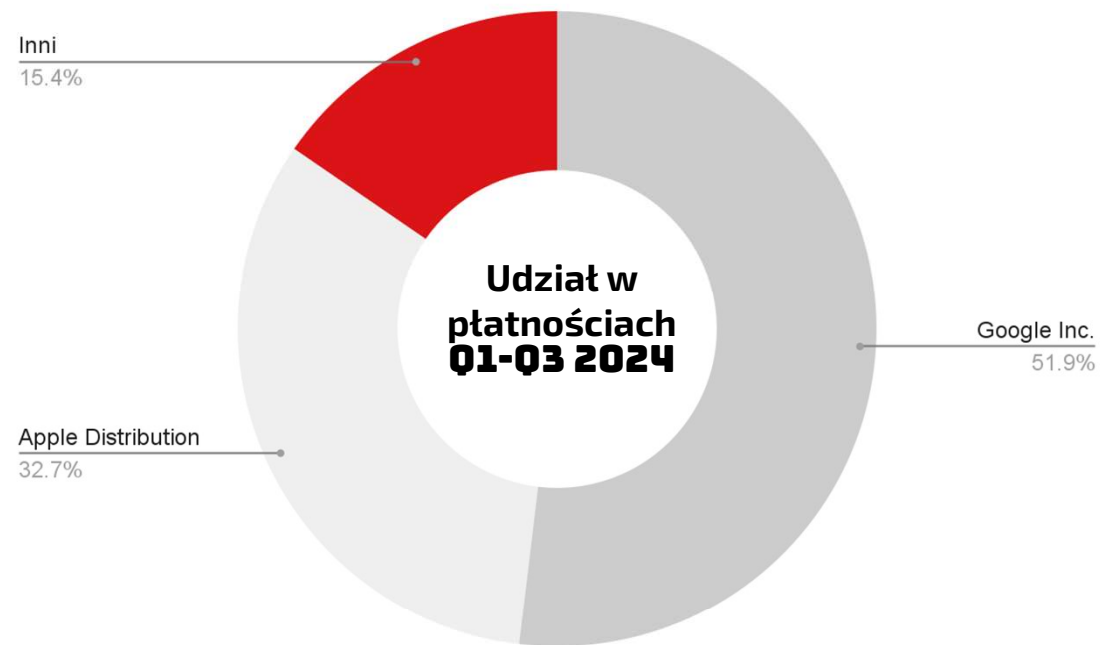


# TSG STORE ŚRODOWISKO

## Środowisko działania:

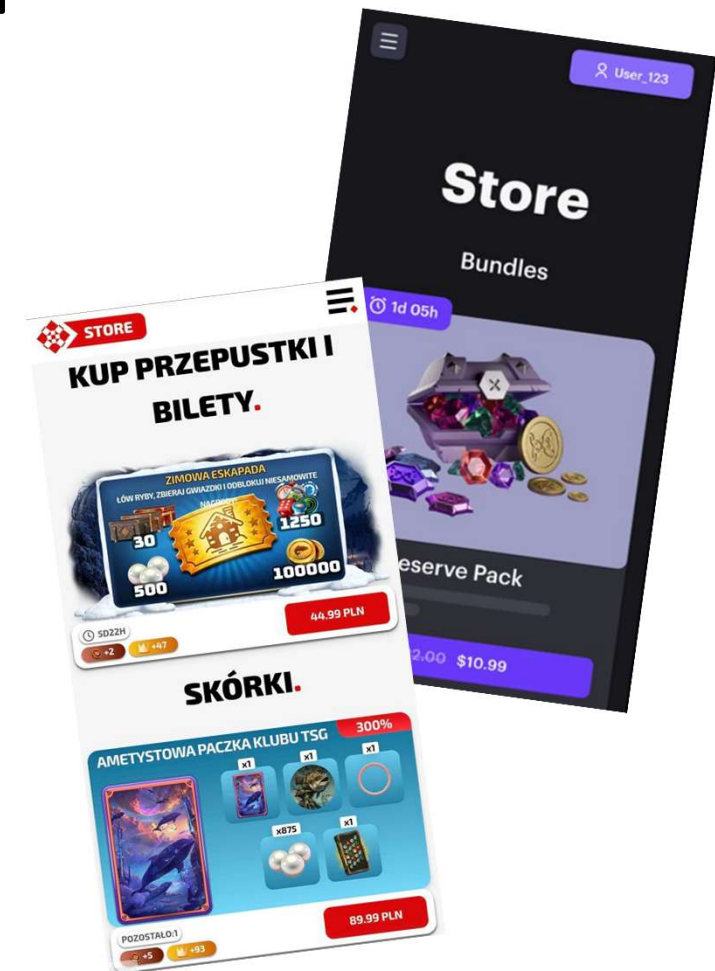
### Wytyczne platform Google i Apple

- Zakaz kierowania użytkowników do zewnętrznych sklepów,
- Zakaz promocji alternatywnych metod płatności,
- Dozwolone jest promowanie zewnętrznego sklepu za pośrednictwem kanałów niezależnych od aplikacji.



# TSG STORE ŚRODOWISKO CD.

- **Digital Markets Act na terenie EU,**
  - Rezygnacja z dotychczasowych warunków ToU,
  - Restrykcyjne zasady dotyczące informowania o sklepie.
- **Partnerzy działający na zasadach Merchant of Records,**
  - Mniejsze koszty integracji,
  - Brak ograniczeń związanych z platformą partnera,
  - Korzystniejsze prowizje.
- Zespół międzyoddziałowy jest niezbędny do skutecznego realizowania projektu.

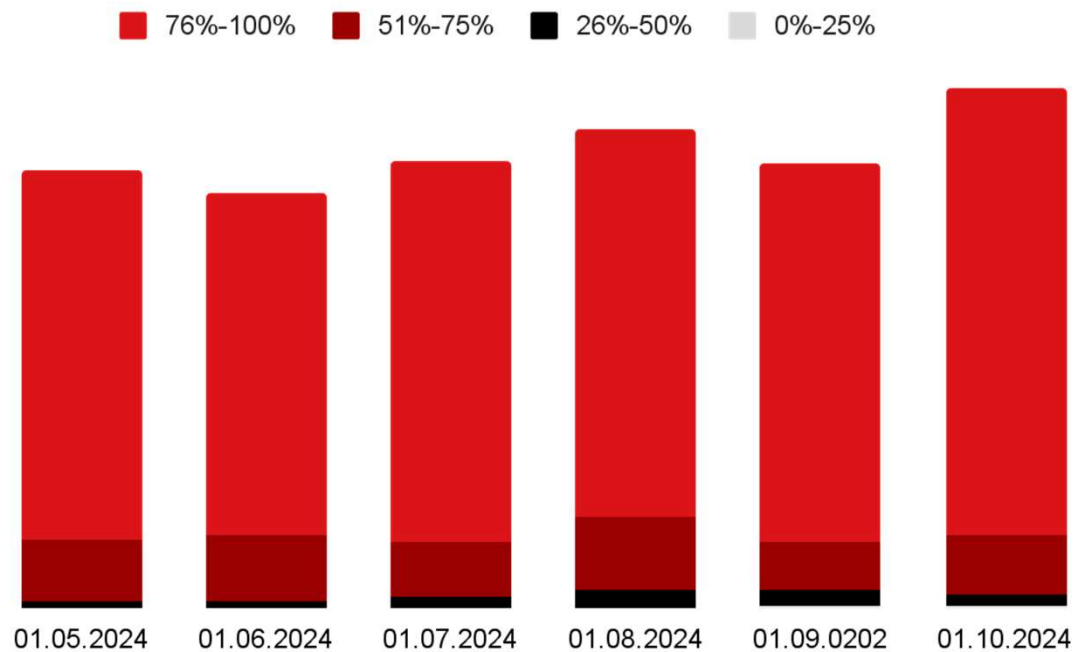


# TSG STORE KOMUNIKACJA

## Metody:

- Strony produktowe,
- Kampanie mailowe,
- Media społecznościowe,
- Serwery Discord,
- Zgłoszenia do graczy,
- **Czaty VIP,**

## % wydatków graczy VIP



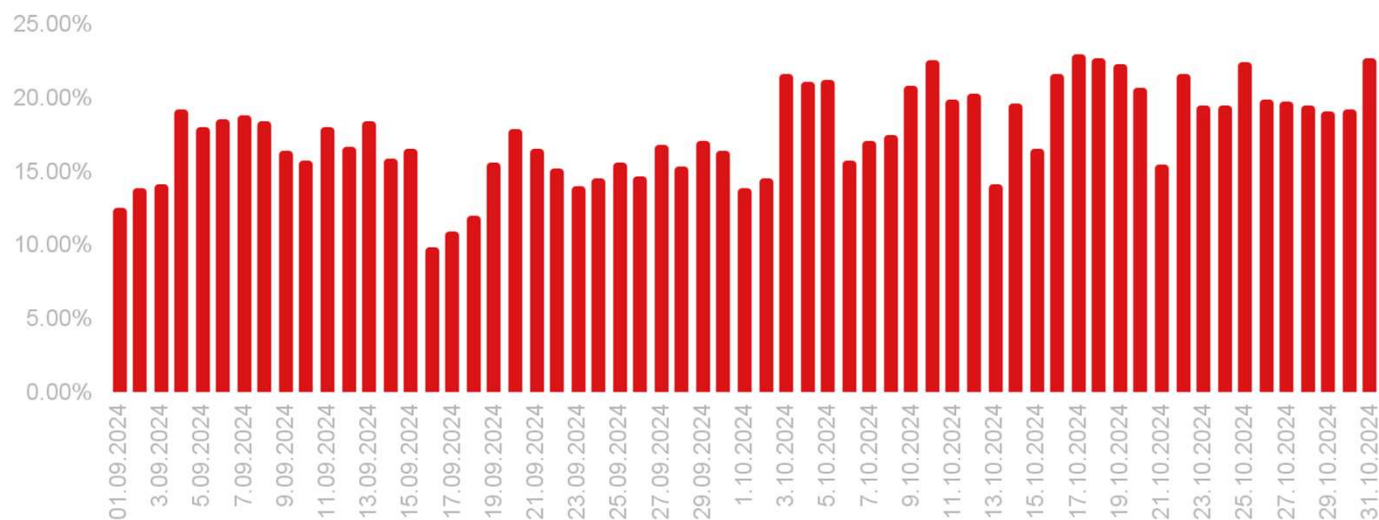


# TSG STORE WYZWANIA

## Wyzwania:

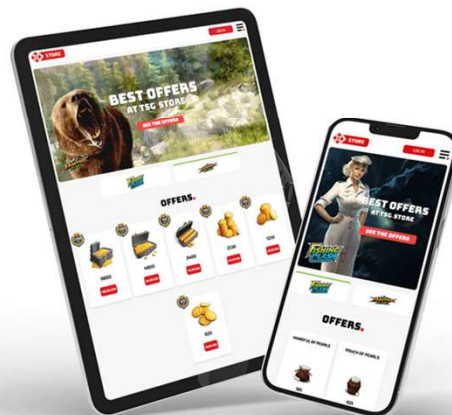
- Dynamika zakupowa zależna od wydarzeń w grze.
- Zmiany związane z providerami (łącznie kont, zmiana providerów płatności, dostępne metody płatności)
- Wprowadzenie platformy w rozwiniętym produkcie

## Udział TSG Store w całkowitych przychodach Fishing Clash



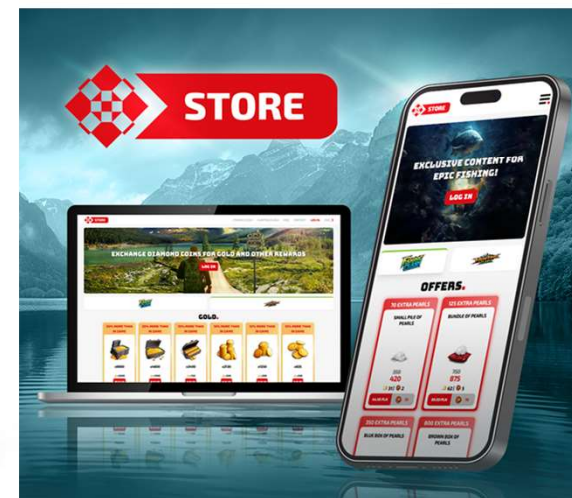
# TSG STORE CELE

# 25%



Główny cel to **25% stałego udziału** całkowitej sprzedaży dla FC i HC

Zbudowanie **zaufania do platformy TSG Store,**

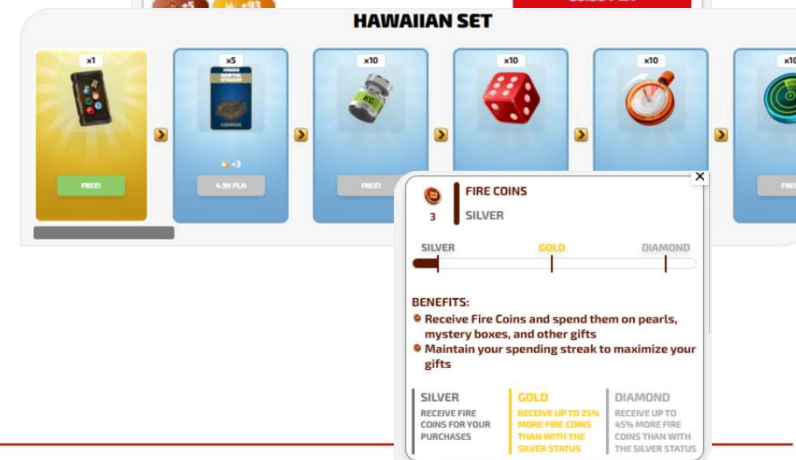
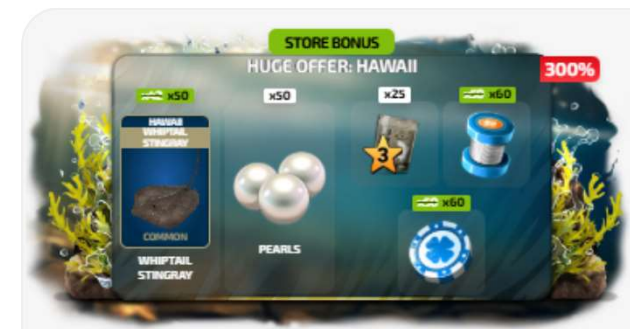


**Rozpoznawalność marki TSG Store** wśród klientów naszych gier

# TSG STORE DZIAŁANIA

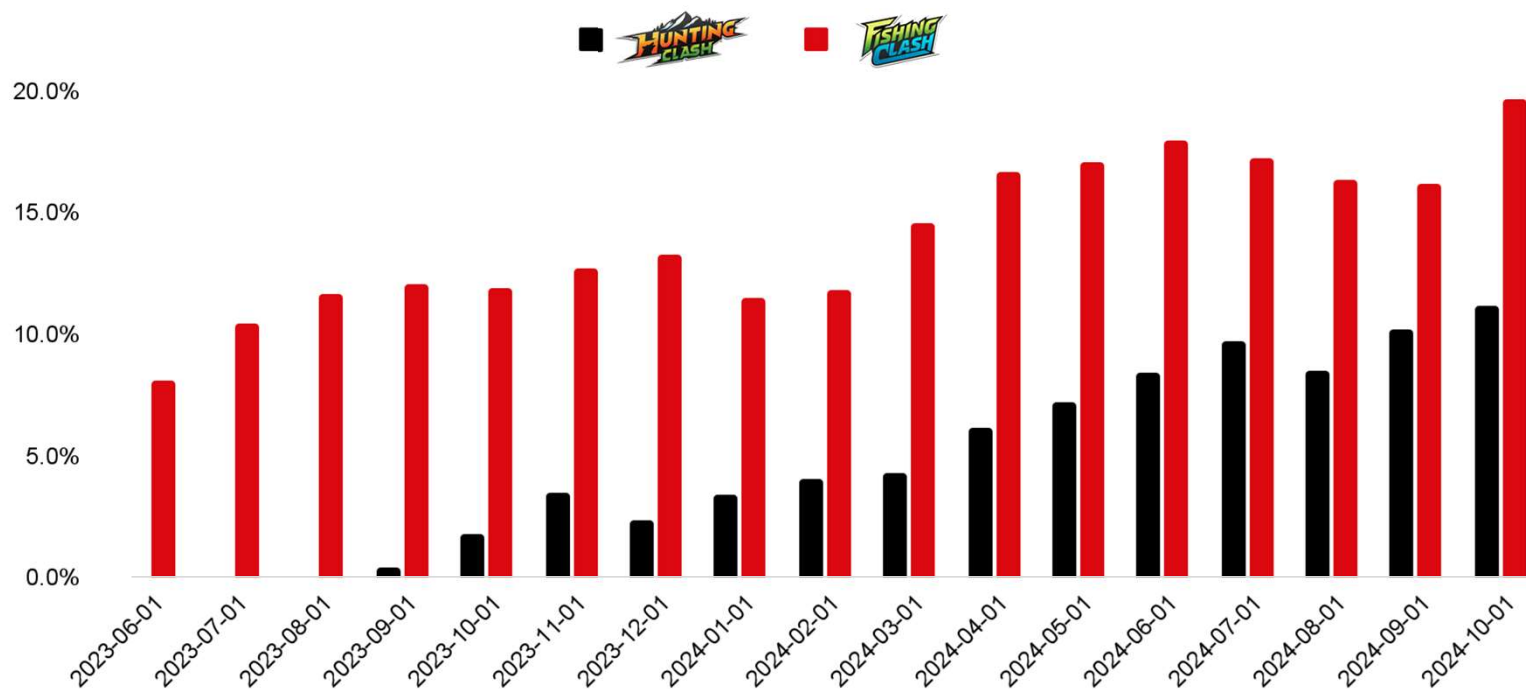
## Działania:

- Unikatowe oferty
- Wygoda zakupu i wygładzenie procesu zakupowego
- Budowa i rozwój pętli zakupowej **aplikacja -> sklep**
- Unikalna waluta sklepowa - **Fish Bucks, Hunt Bucks**
- Programy lojalnościowe
- Vanity items sklepowe
- Kampanie upsell - **vip team, realne gifty**



# TSG STORE DZIAŁANIA CD.

Udział TSG Store w płatnościach gier





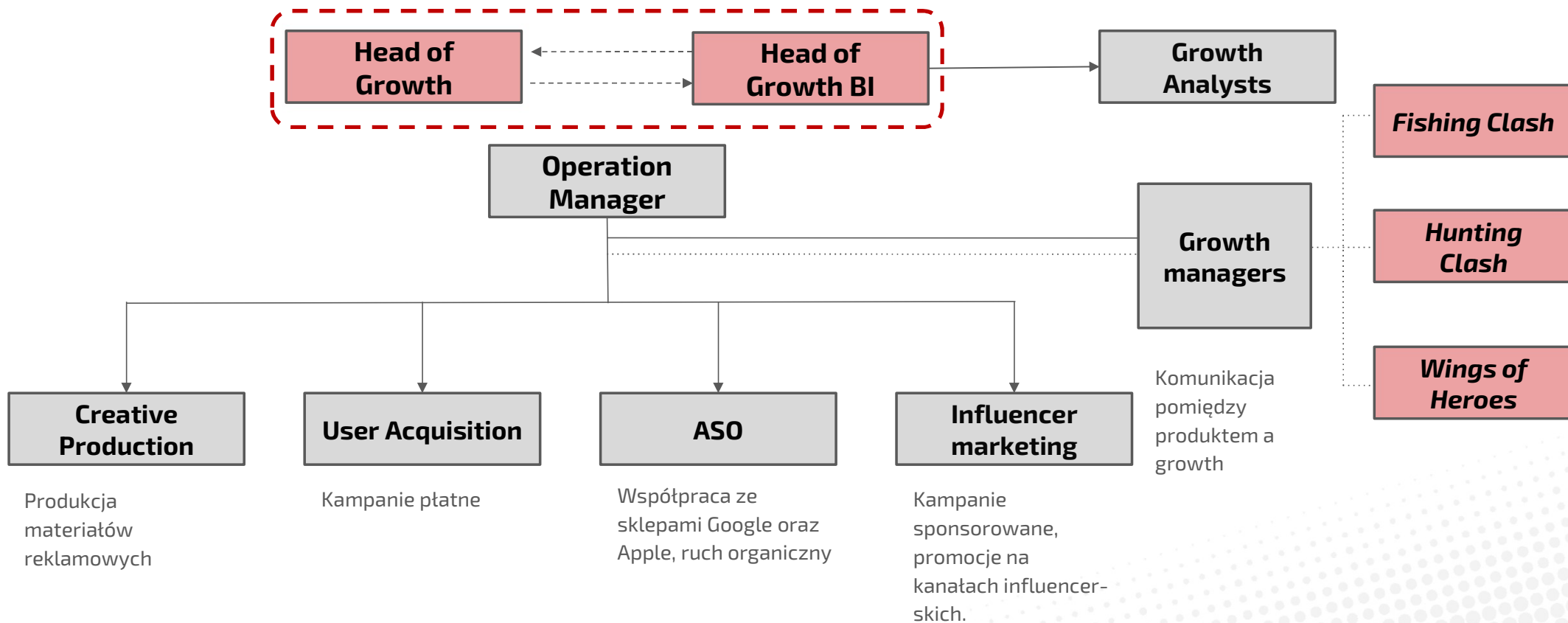


ten square\_games

# GROWTH



# 30 OSÓB W PODZIALE NA 5 PODZESPOŁÓW, KAŻDY Z LIDEREM NA CZELE



# GROWTH

## WSPÓŁPRACA W ZESPOLE



Działania zespołu growth oparte o rzetelne dane liczbowe dostarczane przez BI:

- **Analitycy** - tworzenie kompleksowych raportów.
- **UA** - optymalizacja kampanii reklamowych, maksymalizujących ROI.
- **Kreatywni** - tworzenie bardziej angażujących i efektywnych kreacji reklamowych
- **ASO** - skuteczne działania związane z widocznością gier w sklepach
- **IM** - ocena efektywności współpracy z influencerami

**+100**

Kampanii płatnych dziennie

**\$58k**

Dziennych wydatków na płatnych kanałach reklamowych

**+60**

Nowych kreacji video tygodniowo.



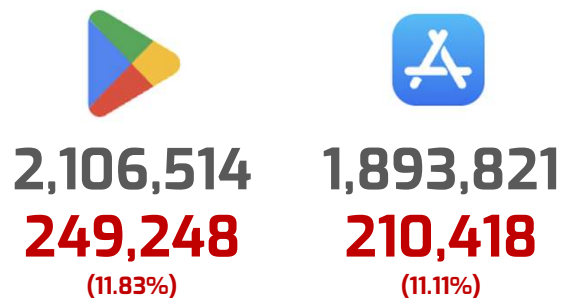
**158k**

Wszystkich nowych instalacji dziennie

Regularne działania optymalizacyjne

Dane za okres Q1 - Q3 2024 dla FC, HC i WoH

# CZYM ZAJMUJE SIĘ ZESPÓŁ USER ACQUISITION?



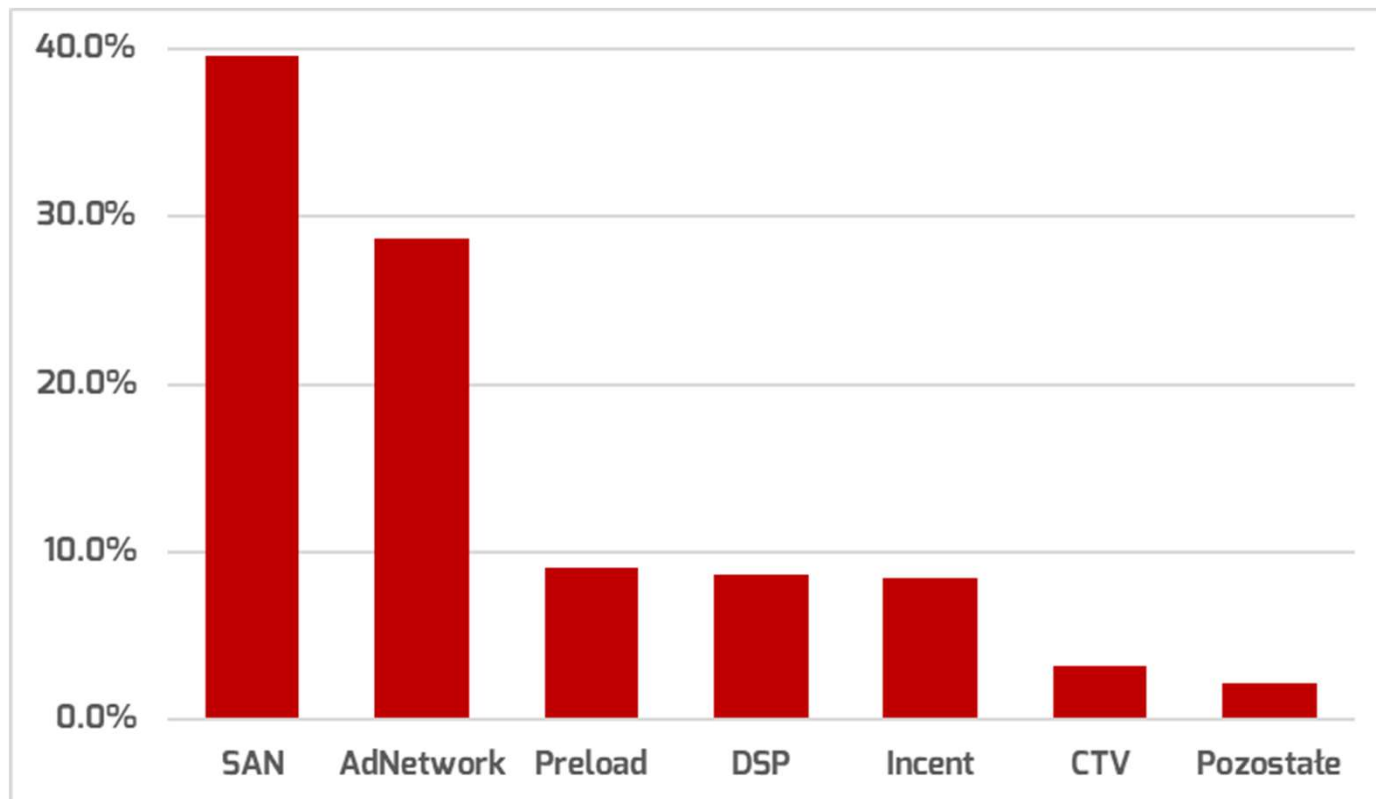
źródło: <https://42matters.com/stats>

Zespół **User Acquisition (UA)** zajmuje się pozyskiwaniem nowych użytkowników dla gry w sposób efektywny i zorientowany na zwrot z inwestycji (ROI). Bez skutecznego UA dział Growth nie byłby w stanie osiągnąć swoich celów, takich jak zwiększenie przychodów, skalowanie biznesu czy zdobywanie przewagi konkurencyjnej.



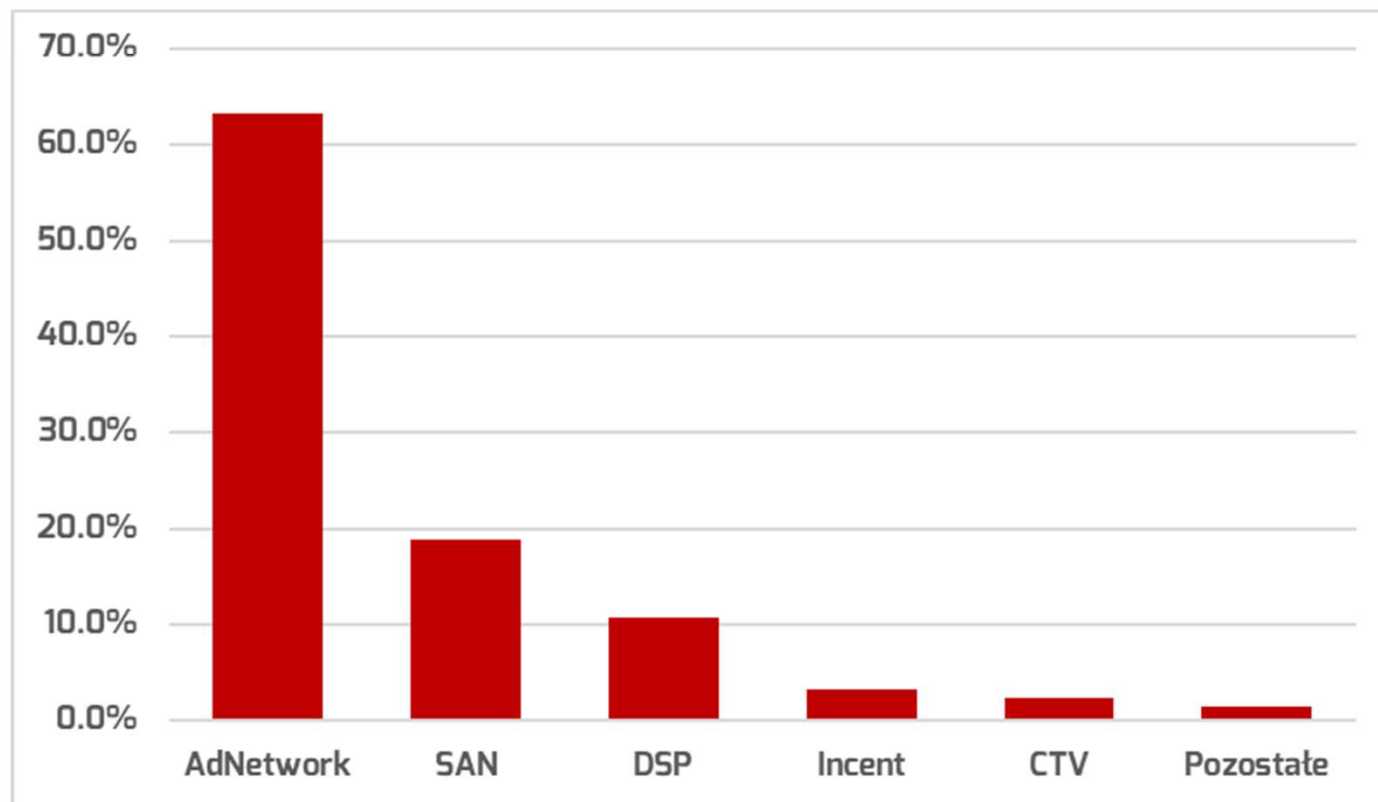


# UDZIAŁ KANAŁÓW REKLAMOWYCH W GAMINGU ANDROID US, Q2 2024



Źródło: Appsflyer

# UDZIAŁ KANAŁÓW MARKETINGOWYCH W GAMINGU IOS US, Q2 2024



Źródło: Appsflyer

# OPCJE TARGETOWANIA REKLAM



## MAI

Optymalizacja kampanii pod kątem maksymalizacji liczby instalacji aplikacji mobilnej, zazwyczaj przy możliwie najniższym koszcie za instalację (CPI)

## AEO

Skupia się na pozyskiwaniu użytkowników, którzy nie tylko zainstalują aplikację, ale również wykonają określone akcje w niej, np. rejestrację, zakupy lub inne wartościowe działania.

**Aukcja**  
**Algorytm**  
**ML**  
**Bid**  
**max. budget**

## VO

Optymalizacja ukierunkowana na użytkowników, którzy wygenerują najwyższą wartość finansową dla naszych gier.

## tROAS

Optymalizacja mająca na celu osiągnięcie określonego zwrotu z wydatków reklamowych, mierzonego stosunkiem przychodu do kosztów kampanii, z naciskiem na wydajność i rentowność.

# PODSTAWOWE METRYKI WYKORZYSTYWANE W GROWTH

## MARKET DRIVEN

**CPM** - Koszt wyświetlenia tysiąca reklam

**IPM** - Liczba instalacji aplikacji przypadających na tysiąc wyświetleń reklam.

**CTR** - Procent użytkowników, którzy kliknęli w reklamę.

**CVR** - Procent użytkowników, którzy wykonali określoną akcję (np. instalację gry) po kliknięciu reklamy.

**CPI** - średni koszt instalacji.

## GAME DRIVEN

**RETENTION RATE** – Procent użytkowników, którzy wracają do aplikacji lub usługi w określonym czasie po pierwszym użyciu, mierzący zaangażowanie.

**CVR-PAY** - Wskaźnik konwersji na płatnych użytkowników.

**ARPU** – Średni przychód generowany przez użytkownika w danym okresie.

**ARPPU** - Średni przychód generowany przez użytkownika dokonującego płatności.


**CPPU** - Średni koszt pozyskania użytkownika

**ROAS** – Zwrot z wydatków reklamowych



# PRZYKŁADY

## REKLAM

 **Fishing Clash: Sport Simulator** ✕  
Sponsored · 🌐

Reel in the Big One 🎣🏆 Prove your angling skills in the amazing mobile fishing game 🏆

 **Hunting Clash: Sniper Game** ✕  
Sponsored · 🌐

Immerse yourself in breathtaking landscapes and hunt down your next trophy 🏆

 **Wings of Heroes** ✕  
Sponsored · 🌐

Become the BEST dogfighter! ✈️

Patrocinado

 Fishing Clash  
Google Play

[Fishing Clash: Jogo de Pesca | Pesque o Grandão.](#)

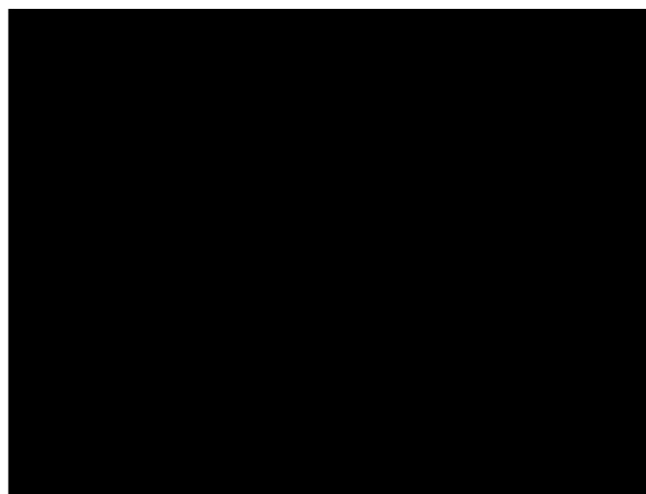
Fique fisgado agora.

↓ Instalar app

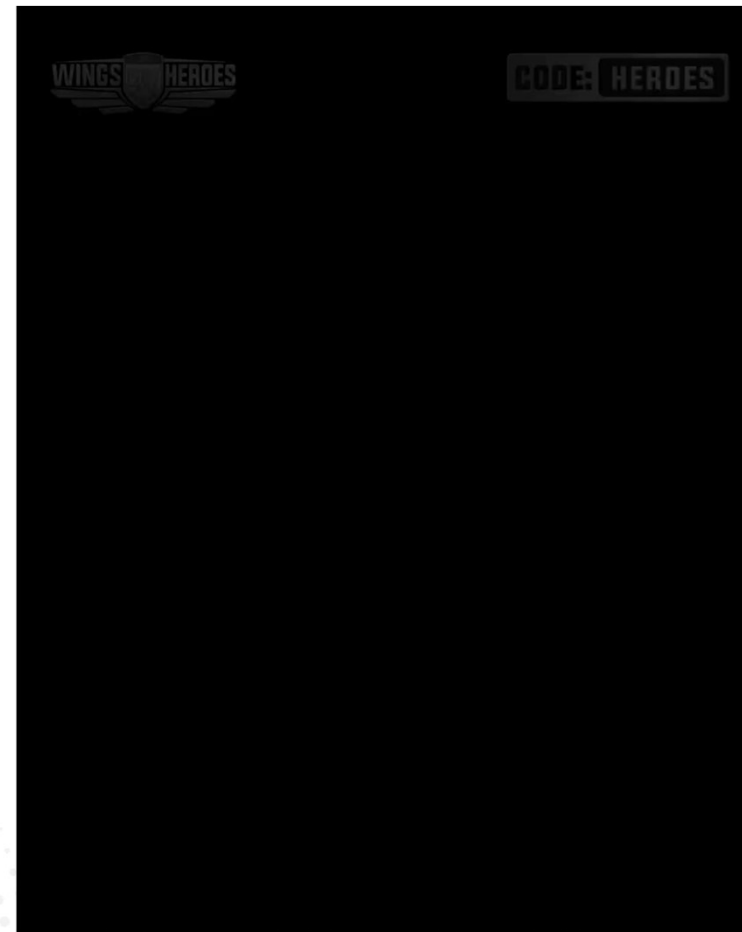
Tekstowe



Statyczne (2d)

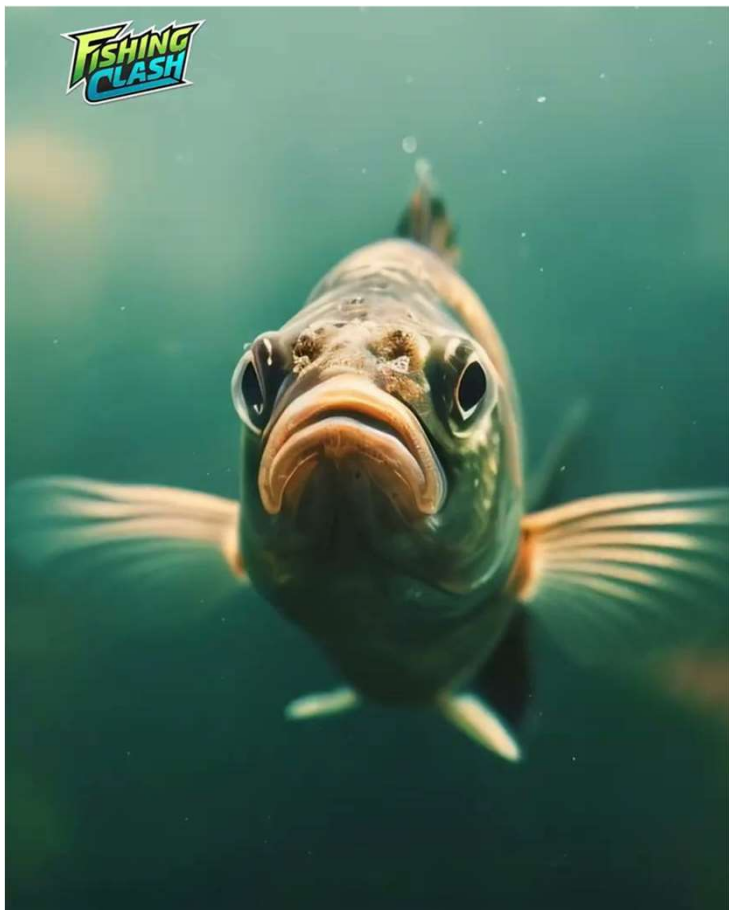


Playable (HTML)



Video 3d

# PRZYKŁADY REKLAM AI

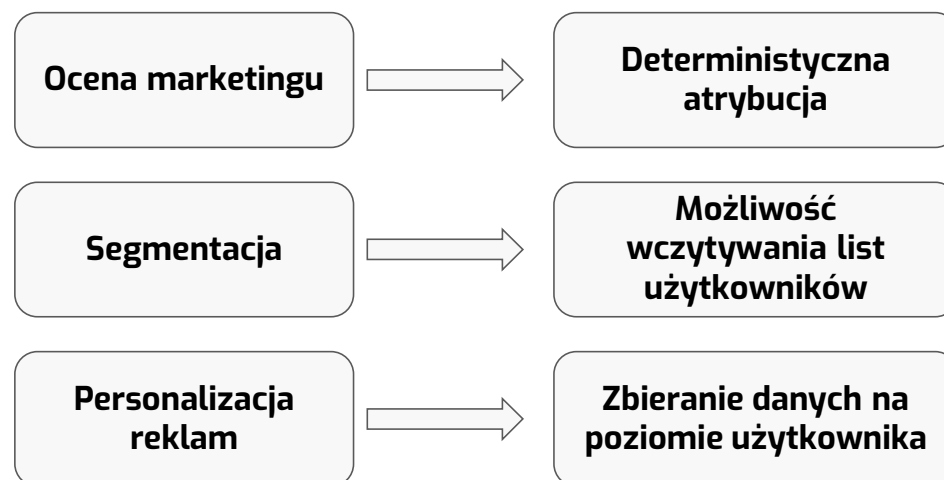


MidJourney, ChatGPT, Suno, Minimax AI, Runway, Pika Labs, ElevenLabs, Artlist AI

# PERFORMANCE MARKETING

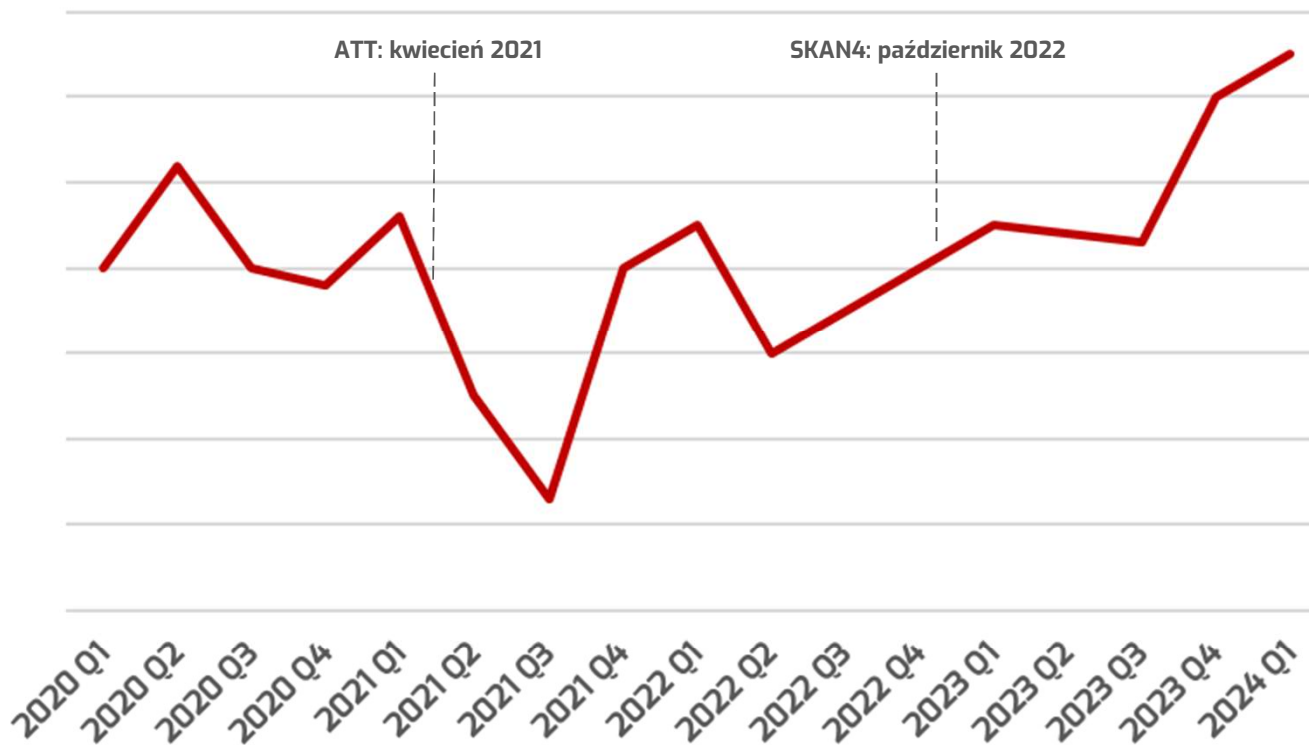
## OBECNY SYSTEM - GAID

### Google Advertising Identifier



# PERFORMANCE MARKETING

## WPŁYW ATT / SKAN NA WYDATKI

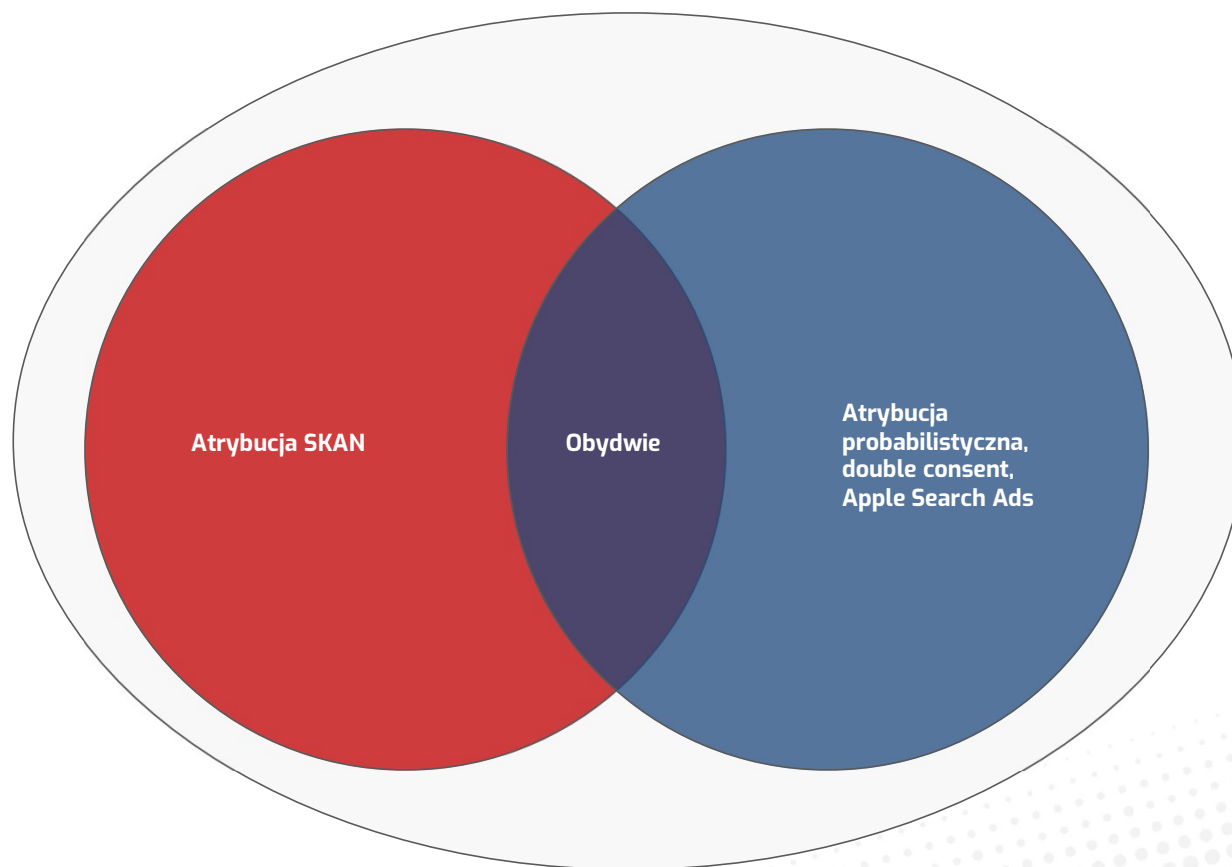


Źródło: Appsflyer



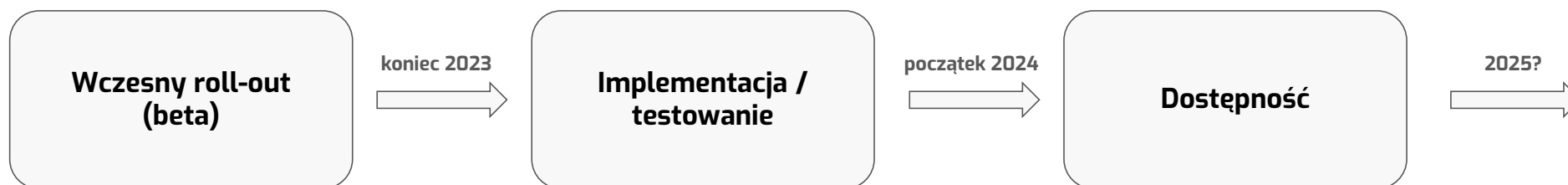
# PERFORMANCE MARKETING

## ATRYBUCJA INSTALACJI NA IOS



# PERFORMANCE MARKETING

## PRIVACY SANDBOX - HARMONOGRAM



# PERFORMANCE MARKETING

## SKŁADOWE ELEMENTY PRIVACY SANDBOX



**Targeting**

Protected App Signals API



**Measurement**

Attribution API



**Remarketing**

g  
Protected Audiences API



SDK Runtime

## **PERFORMANCE MARKETING**

# **PRIVACY SANDBOX - OCZEKIWANIA**

**Pełna adopcja Privacy Sandbox będzie stopniowa, ale na pewno nastąpi**

**Wyzwania związane z implementacją będą podobne do obecnej sytuacji z SKAN na iOS**

**Niektóre sieci będą najprawdopodobniej korzystać z alternatywnych metod atrybucji**

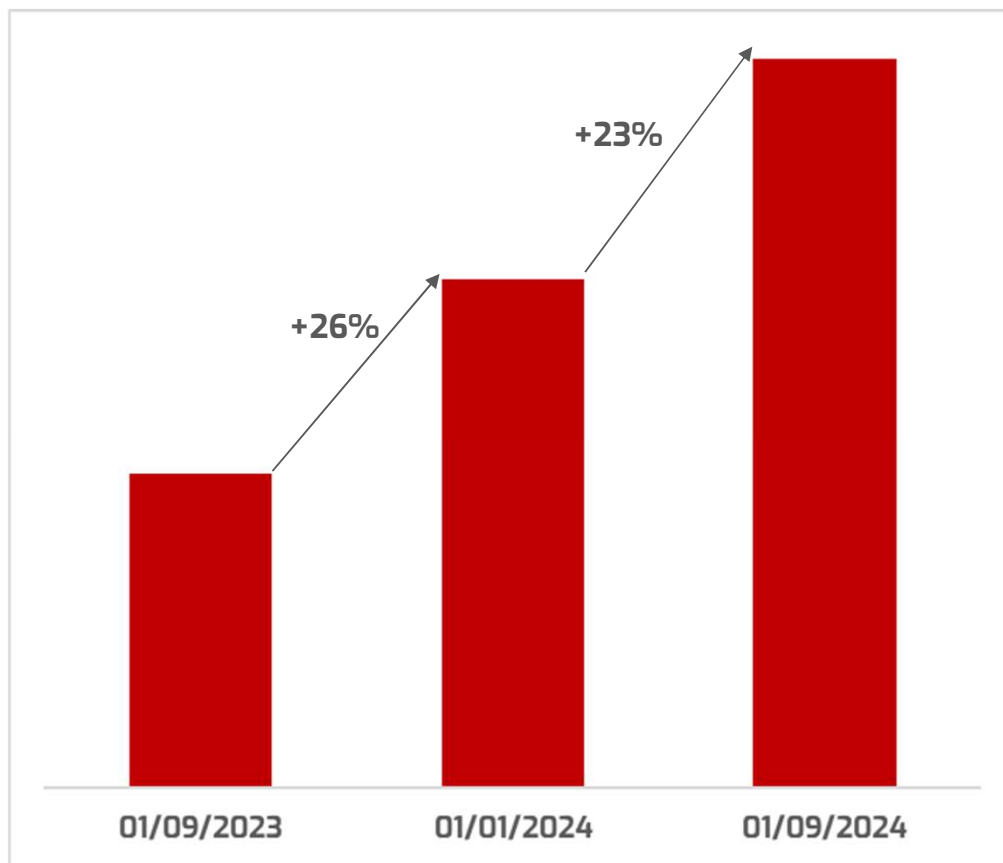


# Q&A



## LTV IMPROVEMENTS

# WINGS OF HEROES - ZMIANA W MNOŻNIKACH PRZYCHODÓW W 16 TYG.



Uwagi: iOS US - ruch organiczny + płatny

Cohort