



Q2 2025

Istotne zmiany w największych tytułach Grupy TSG

Fishing Clash

W Q2 2025 r. zespół skupił się na uwzględnieniu opinii graczy przy projektowaniu wydarzeń LiveOps, dodatkowo wspierając je treściami takimi jak aktywacje MLF oraz wydarzenia retro. Testowano również nowe podejścia do częstotliwości wprowadzania nowych łowisk i formatów wydarzeń - wyniki różniły się w zależności od segmentu graczy, przy czym większe zaangażowanie odnotowano wśród najwyżej sklasyfikowanych graczy.

Nowe treści:

- nowe łowisko: Tajwan (kwiecień),
- nowe łowisko: Morze Bałtyckie (maj) z wydarzeniem środowiskowym w ramach Green Game Jam,
- nowe łowisko: Rzeka Potomak – tematyczne łowisko MLF (czerwiec),
- turnieje MLF: wydarzenia kwalifikacyjne przez cały kwartał; finał zaplanowany na sierpień 2025,
- wydarzenia retro: dodatkowa warstwa wydarzeń pozwalająca graczom wrócić do dawno niewidzianych łowisk – połączenie nostalgii i satysfakcjonującej rozgrywki,
- 105 nowych ryb,
- ok. 125 różnych wydarzeń dla graczy.

Cel: dostarczenie angażujących treści, różnorodnych typów wydarzeń oraz możliwości dalszej rywalizacji na nowych łowiskach

Monster Hunt:

- zaawansowana mini-gra dla graczy,
- nowa funkcja umożliwiająca łowienie unikalnych stworzeń.

Cel: fundament pod przyszłe wydarzenia LiveOps.

Ulepszenia techniczne:

- testy modelu FTUE, mające na celu istotne skrócenie czasu ładowania przy pierwszym uruchomieniu gry,
- migracja głównego ekranu do nowej architektury w celu m.in. poprawy szybkości ładowania.

Cel: wzmocnienie stabilności gry i eliminacja problemów z dostępem.

Pojedynki:

- poprawki w strukturze pojedynków przygotowane dzięki na nowo opracowanym algorytmom i narzędziom opartym na sztucznej inteligencji.

Rezultat: znacząca poprawa retencji graczy.

TSG Store

- zmiany w systemie rabatów wprowadzone na początku kwietnia, obejmujące obniżenie poziomów zniżek, wdrożenie nowego systemu nagród opartego na progach wydatków oraz poprawiony design lepiej dopasowany do stylu gry. Zmiany zostały pozytywnie przyjęte przez graczy, którzy szczególnie docenili wysoką jakość wykonania i intuicyjność.

Cel: lepsza integracja z grą i poprawa długoterminowej monetyzacji. Efekt krótkoterminowy - udział przychodów wygenerowany przez TSG Store w Fishing Clash osiągnął rekordowy poziom i przekroczył założony cel.

Testy A/B:

- druga wersja segmentacji ofert.

Cel: długoterminowa poprawa monetyzacji.

Hunting Clash

Q2 2025 upłynął w Hunting Clash pod kątem testowania nowej segmentacji graczy i ofert. W ramach prac nad segmentacją dla poszczególnych grup graczy lepiej dobrana została trudność rozgrywki, a co za tym idzie rodzaje ofert. Pierwsze wyniki w szczególności dla niższego segmentu graczy są obiecujące. W kolejnym etapie testowani będą gracze z wyższym poziomem płatności.

Nowe treści:

- lokalizacja: Kongo (4 czerwca),
- lokalizacja: Transylwania (16 maja),
- lokalizacja: Madera (20 czerwca),
- 59 nowych zwierząt: w tym 41 związanych z nowymi i 18 z poprzednimi lokacjami w grze.

Nowe funkcjonalności:

- loteria z nagrodami rzeczowymi powiązanymi z hobby wędkarskim.

Cel: wzrost zaangażowania i poprawa retencji graczy.

Nowe inicjatywy:

- poprawki w strukturze pojedynków przygotowane dzięki na nowo opracowanym algorytmom i narzędziom opartym na sztucznej inteligencji.

Rezultat: znacząca poprawa retencji graczy.

- pierwsze testy mające na celu całkowitą przebudowę FTUE (First-Time User Experience).

Cel: pomoc w prowadzeniu graczy w stronę głównych elementów gry, lepsze wyjaśnienie systemu wydarzeń, uporządkowanie ekranu głównego oraz stopniowe wprowadzanie funkcji. Główny cel: poprawa retencji.

- przygotowania do uruchomienia Central Hub.

Cel: uproszczenie gry i ograniczenie przeciążenia gracza, przy jednoczesnym wzmocnieniu zaangażowania i retencji dla nowych instalacji. Dodatkowo przesunięcie roli Battle Passa z czysto monetyzacyjnej na wspierającą zaangażowanie płacących graczy.

- nowy typ oferty: korzyści na stałe. W Q2 2025 r. w Hunting Clash wprowadzono nowy typ oferty, który zapewni graczom trwałe korzyści w grze po dokonaniu zakupu. Oferta została zaprojektowana z myślą o wsparciu pierwszych konwersji i już teraz przynosi bardzo dobre wyniki w zakresie płatności od nowych użytkowników. Wstępne dane wskazują również na pozytywny wpływ na reaktywację graczy, którzy wcześniej przestali dokonywać zakupów.

Cel: wsparcie wczesnej monetyzacji i poprawa wskaźników reaktywacji płacących graczy.

TSG Store

- wprowadzenie dedykowanej waluty – Deer Bucks.

Cel: poprawa monetyzacji.

Poprawki technologiczne:

- szybsze ładowanie wybranych ekranów.

Cel: poprawa retencji.

Wings of Heroes

Działania podjęte w Q2 2025 w Wings of Heroes koncentrowały się przede wszystkim na poprawie retencji (D1–D7) oraz budowie większej głębi rozgrywki.

Nowe treści:

- Coraz dynamiczniej rozwijają się wydarzenia w ramach LiveOps – w Q2 2025 zrealizowano ich 229.

Nowe funkcjonalności:

- Battle Pass - zadebiutował 1 kwietnia, a kolejne iteracje pojawiały się w trakcie kwartału.

Cel: poprawa zaangażowania i monetyzacji.

Nowy tryb rozgrywki:

- Player vs Environment - Total Defence- gracz musi zmierzyć się z falami przeciwników w różnych scenariuszach, aby obronić wyznaczone cele przed zniszczeniem. Prace nad tym trybem rozgrywki trwały przez cały kwartał. Został udostępniony graczom 30 czerwca br.

Cel: istotne pogłębienie rozgrywki i wzrost zaangażowania. Tryb ten oferuje zupełnie nowe doświadczenie, wymagające przetestowania umiejętności graczy w nowych warunkach – to ważny krok w rozwoju gry.

Plane Mastery:

- każdy samolot, który jest dostępny w grze ma swój indywidualny ranking. Gracze mogą rywalizować o miano najlepszego pilota danego samolotu używając go w bitwach i zdobywając za jego pomocą trofea. Najlepsi otrzymują możliwość zmiany szaty graficznej samolotu, co pozwala im się wyróżnić i dodaje prestiżu.

Cel: poprawa zaangażowania i monetyzacji.

Visual Chain Offer

- Wprowadzono nowy rodzaj ofert. Nowy system został wdrożony w ostatnim tygodniu czerwca wraz z pakietem innych usprawnień.

Cel: poprawa monetyzacji.

Udoskonalenie funkcjonalności:

- System ligowy - wraz z wprowadzeniem Plane Mastery zespół wdrożył szereg poprawek do systemu ligowego w odpowiedzi na sugestie graczy. Zmiany, które zostały pozytywnie przyjęte, obejmowały m.in. zachowanie rangi gracza po sezonie, lepszą widoczność sklepu ligowego i mechanizmu zużywania waluty po zakończeniu sezonu rozgrywek.

Cel: poprawa doświadczenia gracza w grze i zwiększenie jego zaangażowania.

Reklamy

- zwiększono liczbę pól reklamowych i wprowadzono poprawki w ich działaniu.

Cel: poprawa monetyzacji.

REAL FLIGHT SIMULATOR

Prace w Q2 2025 koncentrowały się na dwóch kluczowych obszarach: konsekwentnym dostarczaniu treści premium oraz znaczących postępach w rozwoju technologicznych fundamentów gry. Trwają przygotowania do wdrożenia dużej aktualizacji gry planowanej na kolejny kwartał.

Nowe treści – samoloty i lotniska:

- nowy samolot: Boeing 767-400ER (z dźwiękami 3D),
- rozbudowa HD lotnisk: dodano 199 nowych oraz odświeżono 35 – łącznie dostępnych jest już ponad 1500 lotnisk.

Cel: stały dopływ treści premium dla użytkowników PRO oraz wzmocnienie modelu opartego na User Generated Content (tworzenie treści przez graczy), który jest jednym z wyróżników RFS na rynku.

Ulepszenia audio-wizualne:

- dodanie dźwięków silników 3D dla: B777-200LR, B777-300ER, A340-600, A350-1000/900, DHC 8, ATR 72, Cirrus SR22.

Cel: większy realizm i poprawa wrażenia z rozgrywki.

Utrzymanie platformy:

- aktualizacje zapewniające zgodność z wymaganiami zewnętrznymi oraz lepszą integrację z usługami,
- ulepszenia czatu: wprowadzono bardziej szczegółowy system zgłaszania użytkowników.

Cel: wzmocnienie stabilności gry, bezpieczeństwa społeczności i zaufania użytkowników.

Usprawnienia technologiczne

(duża aktualizacja zaplanowana w kolejnych kwartałach 2025 r.):

- zakończono prace nad nowymi funkcjonalnościami zwiększającymi realizm, obejmującymi m.in. systemy związane z odzwierciedleniem cech terenu i nawigacją – to baza dla przyszłych zmian w grze,
- zaawansowane prace nad rozwiązaniem problemów, m.in. ze stabilnością, ciągłością pokazywania ukształtowania terenu i niezawadnością nawigacji lotniczej,
- przygotowania do wdrożenia aktualizacji oraz końcowe testy; planowana jest faza testów z użytkownikami w celu zebrania dodatkowych uwag i dalszego dopracowania gry przed wdrożeniem aktualizacji.

Cel: kluczowa inwestycja w przyszłość produktu. Podnosi standardy jakości, odpowiada na zgłoszenia społeczności i stanowi solidną podstawę pod kolejne ulepszenia.

Badania i rozwój

- kontynuowano prace badawcze nad zaawansowanymi technologiami wzbogacającymi szczegółowość środowiska, jakość ukształtowania terenu oraz złożoność świata gry.

Cel: wzmocnienie zdolności do wprowadzania dużych innowacji i utrzymania konkurencyjności produktu w długim terminie.

