



Giuseppe Simonelli
co-founder

Edoardo Pensuti
co-founder

giuseppe.simonelli@hotmail.it



analizziamo il contesto



Ogni anno il numero dei giocatori di videogiochi e giochi da tavolo aumenta



Tavern

I giocatori si possono dividere in due categorie



Videogiocatori



Giocatori da tavola

Ma hanno le stesse esigenze...



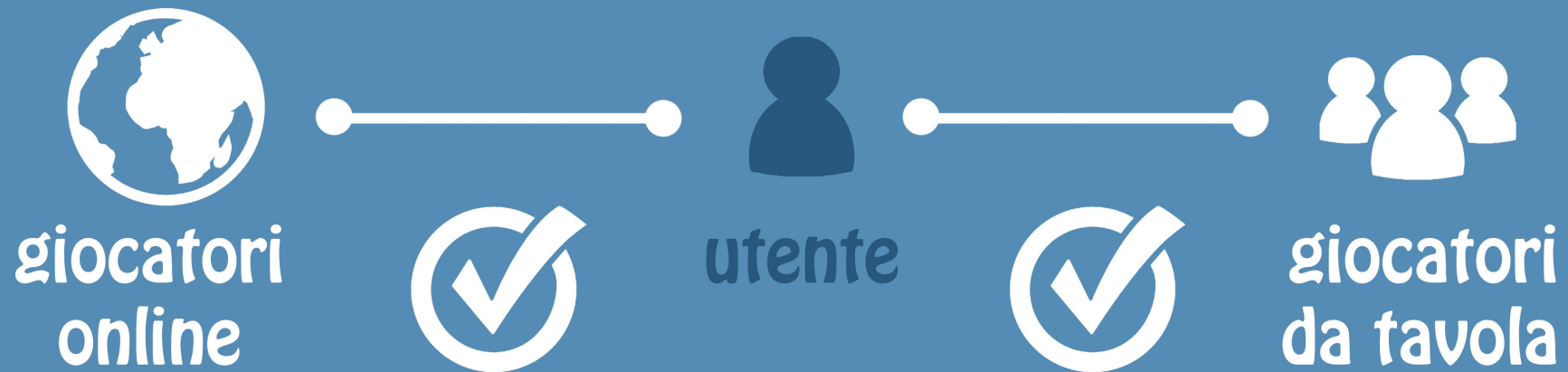


**Trovare altri giocatori con cui
condividere la propria passione**



Soluzione!

Creare un app universale
in grado di **connettere**
i giocatori in base
ai loro **interessi**
in modo **veloce**



“SE CI FOSSE UN MODO PER RENDERE PIU' SEMPLICE INSEGUIRE LE TUE PASSIONI
E MIGLIORARE LA TUA ESPERIENZA DI GIOCO, SARESTI DISPOSTO AD UTILIZZARLO?”

Tavern



Tavern è un applicazione che ti permette
di trovare giocatori con i tuoi stessi
interessi, sia in rete che nelle vicinanze

Tavern

Edoardo Pensuti

Giuseppe Simonelli

Business Plan

1. Descrizione del business

L'idea è quella di mettere in contatto persone con gli stessi interessi in ambito ludico e video-ludico. I giocatori potranno trovare altri utenti o eventi nelle vicinanze oppure utenti con caratteristiche simili alle proprie, tutto questo per facilitare e migliorare la propria esperienza di gioco.

Al giorno d'oggi il mondo dei giochi da tavolo e dei giochi online si sta espandendo a dismisura, e le esigenze di ciascuno consistono nel ricercare dei giocatori vicini, con le stesse disponibilità di tempo o con la stessa esperienza.

L'obiettivo di Tavern consiste nel mettere in contatto queste persone e , tramite la possibilità di personalizzazione del proprio profilo utente, sarà possibile scegliere rapidamente altri giocatori con cui divertirsi.

2. Analisi di Mercato

Nel mercato attuale, non esistono applicazioni che hanno la stessa funzione di Tavern, e meno che mai la funzione di unificare e raggruppare i multipli interessi di un giocatore.

Tavern ha come obiettivo quello di diffondersi come strumento principale di aggregazione ludica in tutto il mondo, così da diventare la piattaforma di riferimento per chiunque desideri trovare altri compagni di gioco, e in seguito diventare anche un punto di scambio di opinioni, di idee, ricerca di informazioni e news in questo contesto.

L'inizio del business dell'applicazione avrà come obiettivo la semplice connessione tra giocatori online e non, con lo scopo di diffondersi grazie alla sua funzione semplice e ben definita. A breve termine dunque, il target della piattaforma sarà composto da tutti giocatori che hanno la necessità di trovare altri che condividano la propria passione, sia online che da tavolo.

A medio termine l'obiettivo sarà quello di organizzare eventi pubblici e privati, si potranno visualizzare tutti punti di gioco e eventi ufficiali, ma anche quelli organizzati in cerchie ristrette: l'idea è quella che una volta incontrati vari utenti, si possano formare dei gruppi di amici, che potranno organizzare incontri e chat di gruppo, uniti e appassionati dei medesimi interessi. A lungo termine Tavern andrà a coprire ogni singolo aspetto del mondo ludico, per essere il primo riferimento di un giocatore che desideri incontrare, informarsi, organizzare sfide e eventi.

Si può analizzare una parte del target dell'applicazione osservando alcuni numeri:

World of Warcraft conta 100 milioni di giocatori provenienti da 244 diversi paesi; 500 milioni di personaggi creati. Numeri da record per un successo planetario disponibile in 11 lingue, che ha fortemente contribuito a cambiare la percezione dei videogiocatori nel mondo.

Hearthstone, videogioco di carte online, ha raggiunto i 40 milioni di utenti registrati.

League of Legends, altro videogioco online è diventato negli anni un vero e proprio sport elettronico. Si contano 27 milioni di giocatori attivi in un solo giorno, e i montepremi ammontano a quasi 2 milioni di dollari per i campioni mondiali.

Per la categoria online da smartphone, Clash of Clans e Clash Royale contano più di 100 milioni di giocatori in un solo giorno.

Magic the Gathering è il gioco di carte collezionabili più famoso di sempre e conta circa 10 milioni di giocatori.

Dungeons & Dragons è il più famoso gioco di ruolo del mondo e conta più di 20 milioni di giocatori.

Esiste una grandissima varietà di giochi e videogiochi online: il settore è in continua espansione e gli investimenti aumentano sempre più.

3. Analisi SWOT

Strengths:

Tavern possiede una grande varietà di punti di forza:

- Assenza di competizione così da interessare il 100% del mercato.
- Risoluzione di una reale esigenza di tutti e di tutti i giorni, a cui è estremamente difficile rispondere ad oggi.
- Annullamento virtuale dei tempi di attesa che derivano dalla ricerca di altri giocatori. Ad oggi, infatti, il tempo per la ricerca di un giocatore è molto alto, in media 2 giorni dati i tempi di risposta molto lenti nei forum online. Lo stesso vale per i giochi da tavolo, che vedono come unico metodo di incontro quello di recarsi di persona in un punto vendita, magari fuori porta, per cercare dei giocatori.
- Carattere universale dell'app, in grado di inglobare tutti gli interessi di un giocatore. Tale tipologia di utente infatti non predilige un unico interesse ma spessissimo avrà una grande varietà di interessi, che si evolvono in continuo.
- Massimizzazione del numero di utenti grazie al piano di business di tipo advertising. La grande diffusione dell'app faciliterà la ricerca di giocatori nelle vicinanze.
- Piano pubblicitario settoriale, non invasivo per gli utenti e utile per le case produttrici per indirizzare le loro pubblicità in modo mirato.

Weaknesses:

Il punto più critico del sistema consiste nell'iniziale basso numero di utenti, che renderà difficoltoso trovare giocatori nelle vicinanze o con particolari requisiti. Per risolvere il problema sarà sufficiente indirizzare la campagna di marketing in punti strategici come fiere dei fumetti, luoghi di ritrovo per giocatori ed eventi ludici.

Un altro punto rilevante è la necessità di una grandissima cura dell'aspetto grafico, dunque una parte non trascurabile del budget sarà indirizzata all'aspetto artistico dell'applicazione, dato che il successo di questa sarà garantito anche dalla riuscita grafica.

Opportunities:

Tavern ha l'opportunità di essere la prima app per smartphone di contatto tra giocatori, in grado di coprire ogni interesse dell'utente. La domanda di un prodotto simile e l'espansione spropositata del settore sono fattori che rendono ben chiare le possibilità di Tavern. Essendo il terreno inesplorato, le potenzialità della piattaforma sono virtualmente illimitate: l'applicazione potrebbe affermarsi come punto di riferimento e punto di ritrovo per ogni giocatore, in grado di soddisfare qualsiasi esigenza, dalla possibilità di entrare in contatto con altri giocatori, all'organizzazione di sessioni di gioco, oppure all'informazione sui propri interessi e all'esplorazione di nuovi.

Threats:

Il fattore rischio è rappresentato dalla possibilità che le compagnie produttrici dei giochi e videogiochi non vedano di buon occhio l'utilizzo dei loro marchi. Questo problema è di facile soluzione dato che, di fatto, Tavern rappresenterebbe per queste compagnie un'ulteriore vetrina per dare visibilità ai propri prodotti.

4. Piano di Marketing

Inizialmente Tavern verrà rilasciata nei digital store italiani prediligendo la funzione di ricerca di giocatori e di eventi, poiché è necessario chiarire all'utente la caratteristica principale dell'app ed evitare una sensazione di confusione.

In questa fase si inizieranno una serie di pubblicizzazioni mirate tramite la distribuzione di volantini e gadgets presso le fiere del fumetto come romics

(200'000 visitatori in 4 giorni di fiera) e tutti i luoghi di ritrovo di giocatori e negozi. Sarà importante concentrare la pubblicizzazione nel territorio romano in modo da avere da subito un numero concentrato di utenti anche se inizialmente modesto.

Tavern verrà pubblicizzata online sui social network, su blog e forum e su siti e riviste specializzate. Inoltre Tavern si diffonderà grazie a una fitta rete di conoscenze nel mondo ludico e contatti. Prevediamo che grazie al passaparola si svilupperà a Roma una solida base di partenza.

Si chiederà una collaborazione da parte dei negozianti che inizialmente saranno propensi a mettersi in evidenza sull'app e a rendere visibili i loro eventi e prodotti tramite un profilo appositamente realizzato.

Una volta raggiunto un numero sufficiente di utenti si inizierà a espandere il target alle altre città italiane. Una volta diffusa e resa familiare l'interfaccia, verranno sbloccate e aggiunte delle funzioni che daranno un'impronta social e informativa all'app (news in base ai propri interessi, articoli, recensioni, forum). Infine, dopo aver raggiunto un adeguato seguito in Italia, Tavern andrà a diffondersi nel mercato europeo e mondiale.

5. Modello di Business

La strategia da adottare è di tipo *advertising*, grazie alla quale si massimizzeranno gli utenti e si renderà quindi più fitta la rete di collegamenti fra essi. Le pubblicità inserite nell'applicazione saranno settoriali e basate sugli stessi interessi degli utenti, selezionati in fase di creazione del profilo; in questo modo le pubblicità non risulteranno fastidiose agli utenti e vi sarà un rapporto più alto rispetto al consueto 2-3% fra la visualizzazione del banner pubblicitario e il tap su di esso. Una volta diffusa l'app, vi saranno fonti di guadagno aggiuntive come la sponsorizzazione di eventi e tornei organizzati dai negozianti, i quali avranno la possibilità, pagando, di aumentare la visibilità dei loro tornei. Un altro profitto deriverà dalla vendita dei dati statistici a terzi interessati (ad es. le case produttrici).