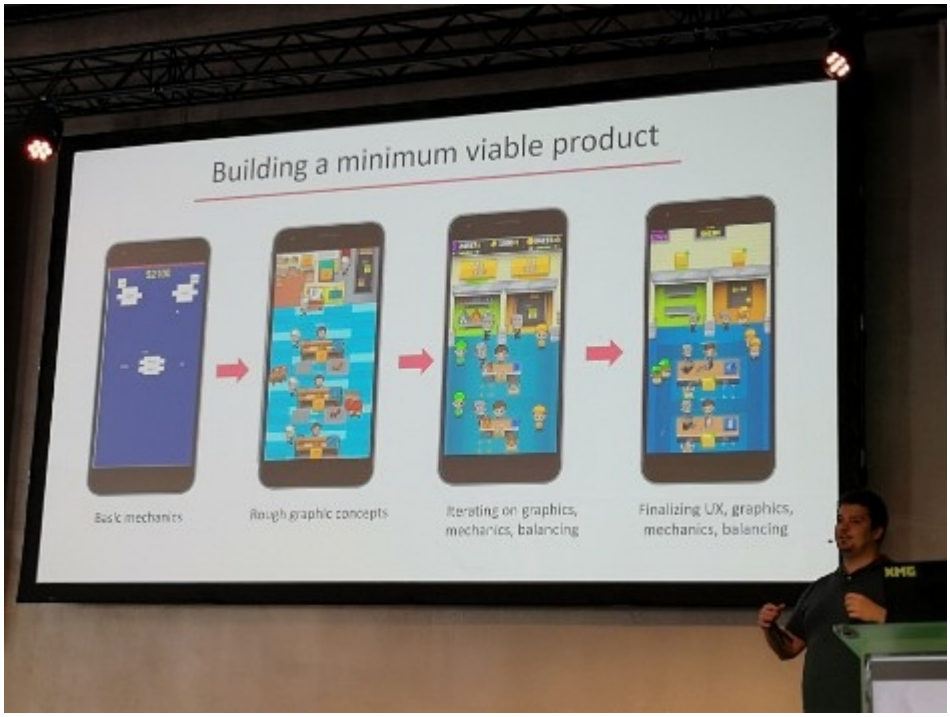
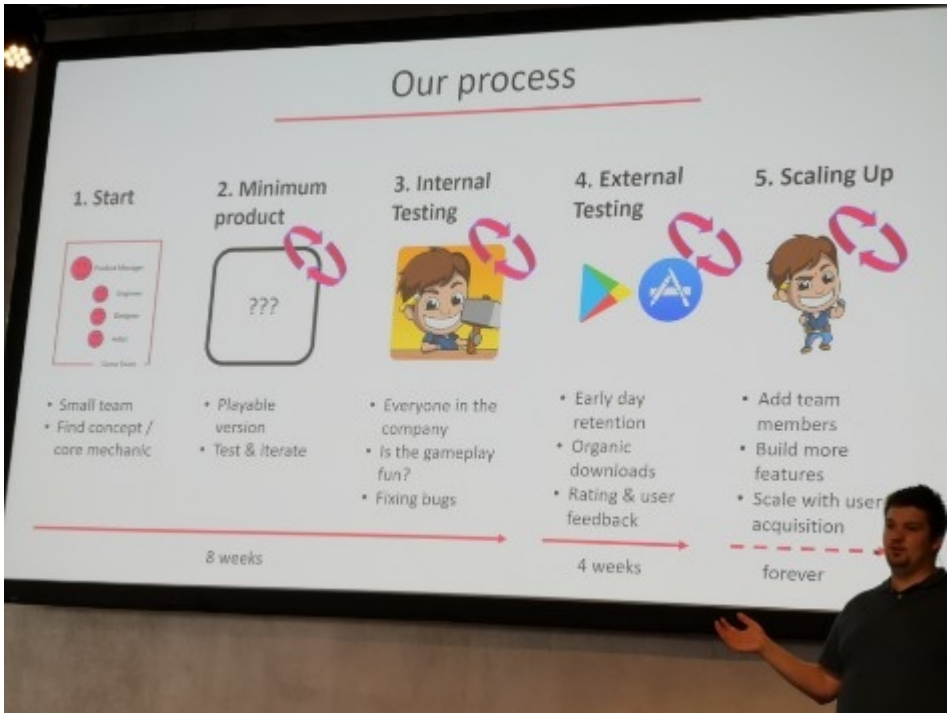
Click milionari: il modello Kolibri Games

Il co-CEO di **Kolibri Games**, **Daniel Stammler**, ha illustrato ieri al **Quo Vadis 2019** di Berlino il processo di sviluppo dello studio tedesco che ha registrato più di **70 milioni di installazioni** con i soli giochi ***Idle Miner Tycoon*** e ***Idle Factory Tycoon***, i quali contano globalmente circa **10 milioni di utenti attivi al mese**. Dell'intervento ha fornito un puntuale resoconto il sito **PocketGamer**, del quale riportiamo i contenuti salienti a giovamento dei lettori italiani.
La prima versione di ***Idle Miner Tycoon*** era molto più basilare dell'attuale e non includeva meccanismi di monetizzazione. Il primo obiettivo era verificare che vi fosse un'utenza target pronta a recepire il gioco.

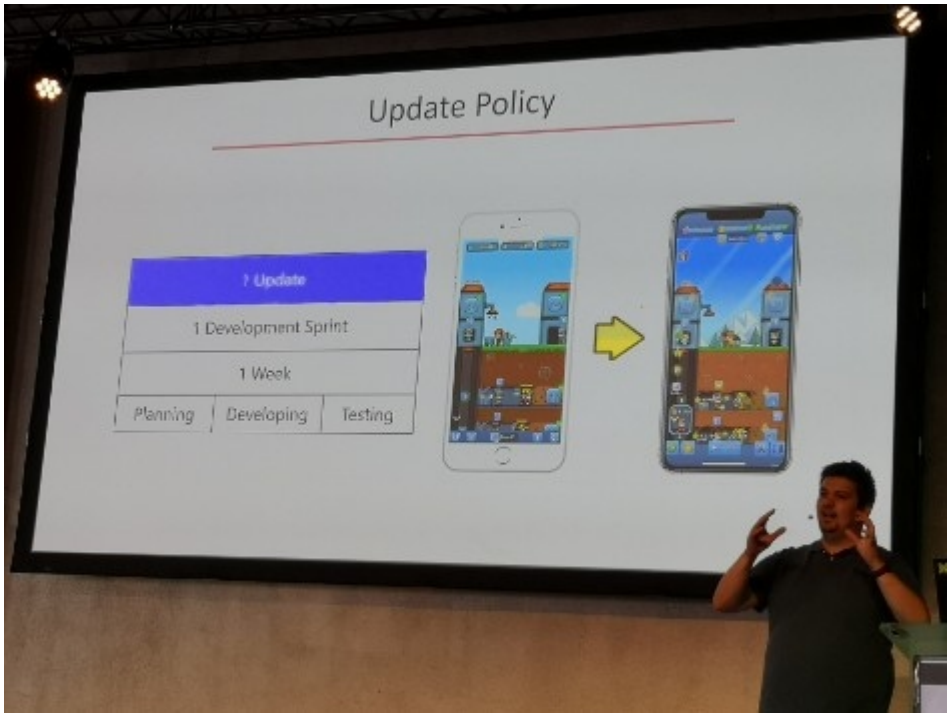


Il gioco era inizialmente "**minimum viable**", quindi non strutturato e completo in tutte le sue parti, ma concepito in modo da poter comprendere se quel tipo di prodotto aveva possibilità di sopravvivere sul mercato. La vera sfida all'inizio non è stata quindi quella di inserire feature, quanto decidere di non metterle, per non rischiare che innesti sbagliati inficiassero il gioco.
Inizialmente questo ha comportato una perdita di utenti per Kolibri, ma l'idea pareva funzionare, e appurarlo ha permesso allo sviluppatore tedesco di concentrarsi sulla retention. Stammler ha sottolineato come questa sia un elemento chiave per misurare il core gameplay: se un gioco non ha una buona **Day-1 retention** difficilmente raggiungerà una **Day-30 retention**. Svariate hit mobile hanno il **40%** di Day-1 retention, mentre i due *Idle Tycoon* di Kolibri riescono addirittura a raggiungere il **75%**.

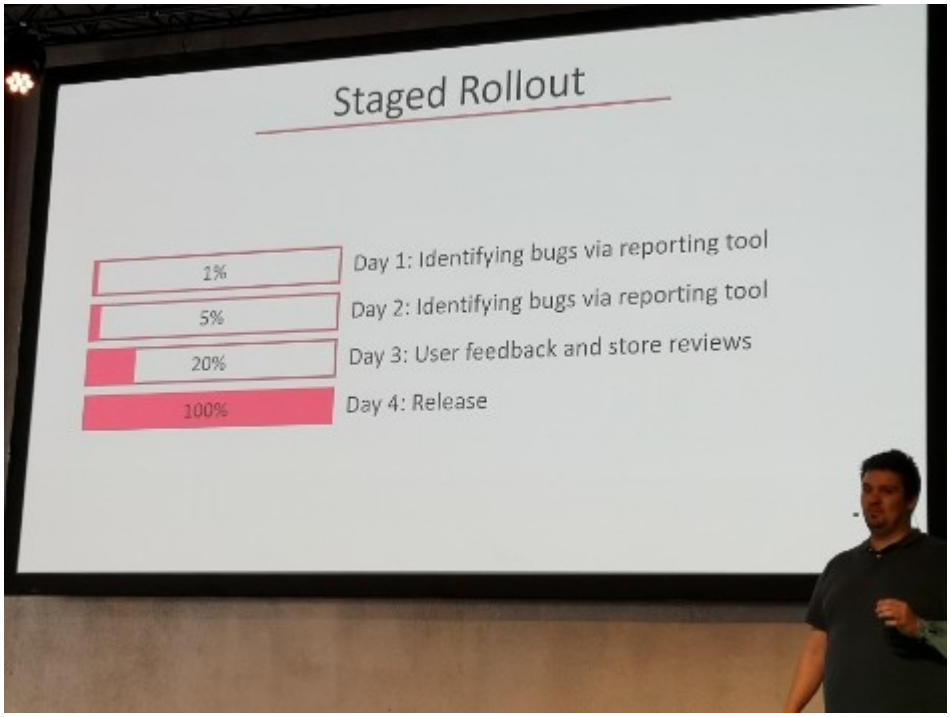
Stammler ha mostrato anche il processo creativo di Kolibri, dal **concept design** del gioco base nelle prime due settimane fino al soft launch (nel quale si effettua un primo test esterno sugli utenti) all'implementazione del titolo, nella quale è importante che si centrino i propri obiettivi misurando i risultati alla luce dei propri KPI.



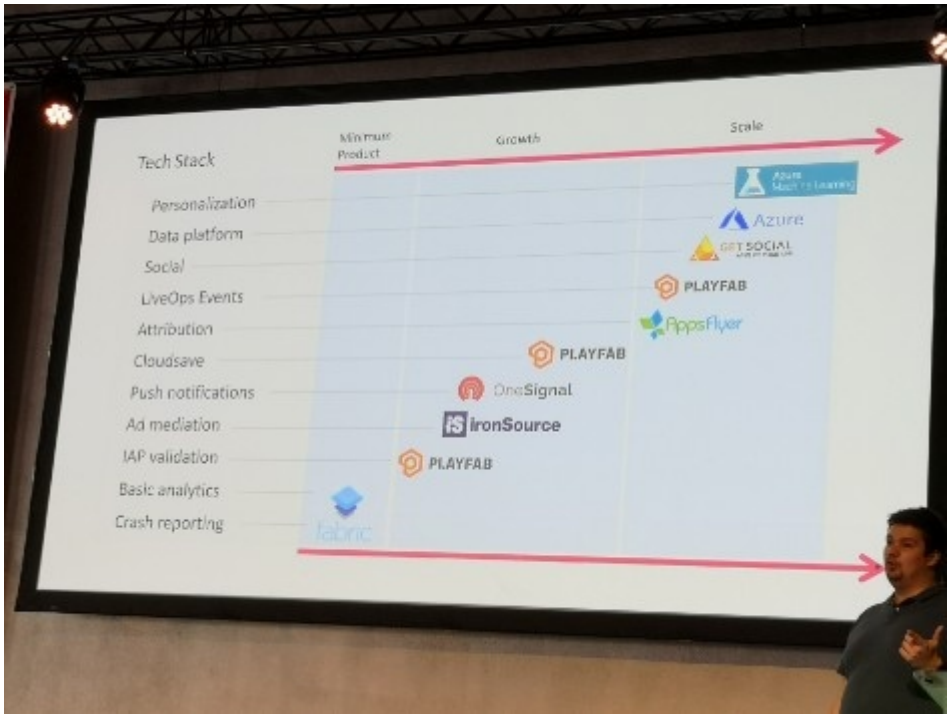
Kolibri aggiorna i propri live game settimanalmente, arricchendoli di feature ed eventi: a oggi, ***Idle Miner Tycoon*** può contare la bellezza di 120 update nel suo storico.



Ogni aggiornamento è rilasciato agli **utenti in maniera incrementale**, e questo assicura che qualunque problema possa sorgere andrà a impattare su un numero limitato di utenti, dando modo a Kolibri di valutare i feedback ricevuti e le recensioni sullo store dopo la release prima del rilascio all'intera utenza del gioco: questo processo occupa ogni volta all'incirca **4 giorni**.



Stammler ha anche mostrato gli strumenti utilizzati per vari scopi:



Il co-CEO di Kolibri ha concluso con un consiglio, sottolineando l'importanza di partire dagli elementi più semplici, nella creazione di un gioco, per poi aggiungere complessità solo nelle successive feature, come fatto in ***Idle Miner Tycoon*** che nell'arco di 2 anni ha integrato shop, eventi, dinamiche social e altri elementi che hanno indubbiamente arricchito il gioco principale.
Il mantra è uno: fare le cose giuste al momento giusto, principio che ha reso Kolibri in pochi anni una realtà da oltre 30 milioni di euro annui.