

# La Grande Sfida (stagionale) di Clash of Clans

L'ottimo riscontro ottenuto da **Fortnite** con strategie di monetizzazione quali il **Battle Pass** (pacchetto che garantisce ai giocatori l'accesso a sfide aggiuntive e upgrade estetici, e che a oggi ha fruttato a **Epic Games** ben oltre **3 miliardi di dollari**) ha prevedibilmente generato l'emulazione da parte di tanti altri videogame, che non sempre hanno raccolto gli stessi risultati.

Il prezzo del pass non è alto (circa **10 dollari/euro** a stagione), e il resto della spesa da parte del giocatore dipende dal contesto di game economic design: se in vari giochi gli acquisti possono essere decisivi per determinare il progresso in-game, in *Fortnite* si parla soprattutto di abbellimenti e sfide alle quali non si potrebbe accedere altrimenti.

Risulta chiaro che titoli come *Fortnite*, forte di una base di 250 milioni di utenti registrati, possano ben permettersi di contare su dei Battle Pass tutto sommato a portata di spesa dei giocatori per generare comunque ottime revenue, mentre altri debbano contare su "whale" o "dolphin" (utenti, dunque, che investono cifre non indifferenti negli **in-app purchase**).

C'è chi è riuscito a combinare entrambe le strategie, e non stupisce che a farlo siano stati dei maestri del settore come **Supercell**.

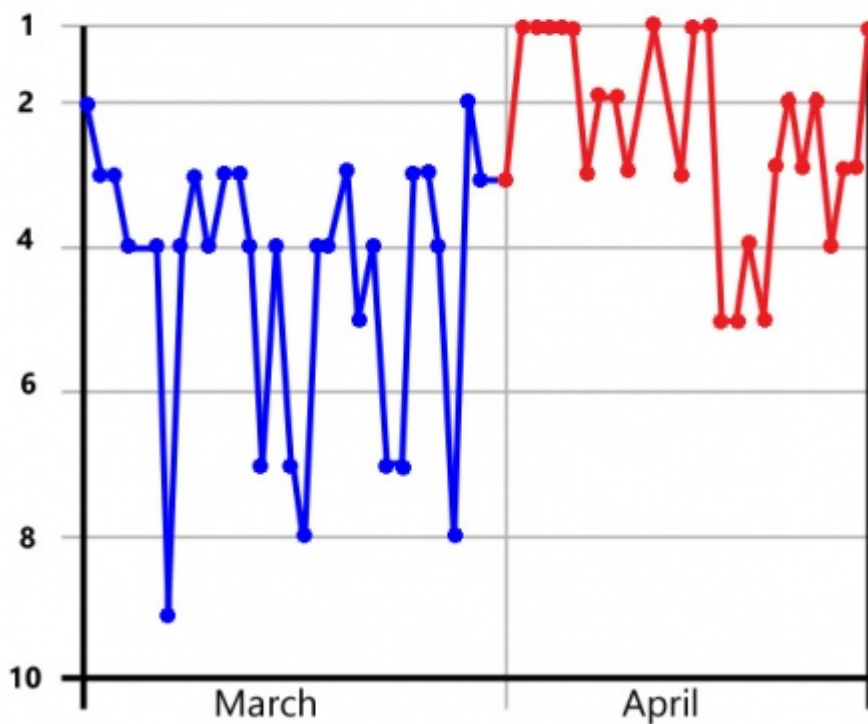
Lo sviluppatore finlandese ha infatti introdotto lo scorso primo Aprile nel suo **Clash of Clans** (titolo che dalla sua uscita, nel 2012, ha generato oltre 6 miliardi di dollari di revenue) le cosiddette "**Sfide Stagionali**" (o "Season Challenges"), percorsi fatti con obiettivi e ricompense da sbloccare che hanno avuto un ottimo riscontro.

Già dalla prima settimana i risultati sono stati infatti notevoli, con oltre **27 milioni di dollari guadagnati nella prima settimana**: i giocatori hanno speso circa poco meno di **4 milioni al giorno** nel titolo nei **primi 7 giorni** dopo il lancio in 46 paesi, generando una crescita delle revenue di circa il **145%** (il periodo precedente registrava circa 11 milioni di dollari a settimana, circa 1,6 milioni al giorno).

*Clash of Clans* è quindi balzato al **primo posto della classifica USA** dei più giocati per iPhone, dove è rimasto per 5 giorni di fila, come può vedersi dal grafico sottostante:

## How Clash of Clans' top grossing game ranking on the US iPhone chart changed with the release of its first Season Challenge on 1 April

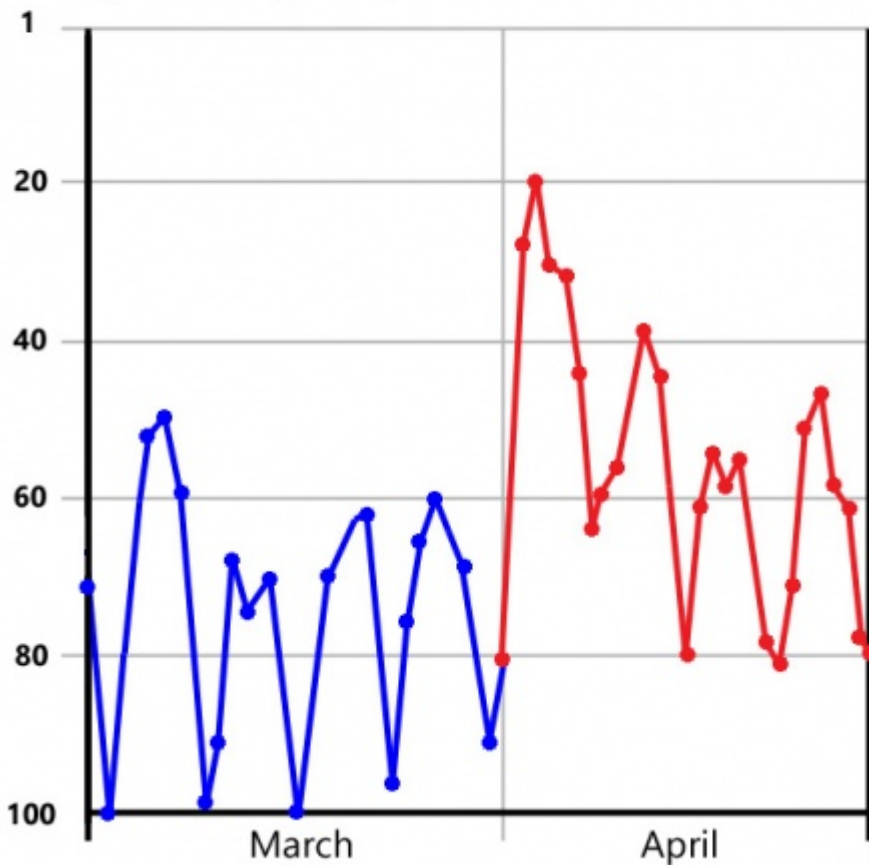
(Data from App Annie)



Negli ultimi due mesi l'app ha mantenuto in media un buon **terzo posto**, con qualche sporadico picco verso il basso, e ad aprile è lampante il miglioramento di performance: un risultato molto buono per una strategia di monetizzazione che prevede la semplice **vendita di un pass oro** al costo di **5,49 € (4,99 \$**, negli USA). Ma non è questo il "core" della strategia delle Sfide Stagionali. Gli obiettivi delle Season, infatti, oltre alla monetizzazione, hanno come target il miglioramento di **engagement** e **retention**, oltre che la **riduzione del churn rate** (tasso di abbandono degli utenti) e la possibilità di reingaggiare parte di quegli utenti che hanno smesso di giocare.

## How Clash of Clans' game download ranking on the US iPhone chart changed with the release of its first Season Challenge on 1 April

(Data from App Annie)



I numeri oggi paiono dar ragione a **Supercell**: le **24 sfide disponibili** con il solo **Pass Argento** (quello non a pagamento, insomma) hanno incentivato gli utenti a giocare, allettati dalla possibilità di collezionare nuovi punti e currency che permettono a loro volta di ottenere risorse in game e boost vari. Nel solo mese di aprile, *Clash of Clans* ha generato circa **71 milioni di dollari**, oltre il **72%** in più del mese precedente, e ben l'**85%** rispetto all'aprile dello scorso anno.

Il gioco ha inoltre registrato il **primo maggio 2019** un guadagno di circa **6,9 milioni di dollari** da acquisti in-app, miglior performance registrata dal Natale del 2015 a oggi.

Il **Pass oro** offre un surplus in termini di risorse e boost, e si fregia di un boccone succulento per molti utenti, che sta nella possibilità di ottenere la skin del **Re barbaro** e quella della **Regina degli arcieri**, sbloccabile dal mese in corso fino alla fine della stagione (che terminerà il prossimo 31 maggio).

Pur avendo portato buoni risultati a Supercell, si capisce come un pacchetto da **5 \$** ha effetti limitati: il vero guadagno per lo sviluppatore sta in quel che viene *dopo*. Pare infatti che le sfide stagionali abbiano incoraggiato di rimando i giocatori a spendere più di 5\$ all'interno di *Clash of Clans*.

Sarà interessante vedere per quanto tempo Supercell riuscirà a tenere in piedi un evento regolare come le sfide stagionali che a primo acchito sembra volto alla monetizzazione, ma che in realtà è una vera e propria meccanica di engagement che può innalzare nel medio termine le revenue dell'intera economia dell'app.

*Clash of Clans* potrebbe insomma diventare il primo mobile game da **10 miliardi di dollari** di

revenue generate nel suo intero lifetime, la strada pare essere quella giusta.