

# 插页式广告能锦上添花吗？

deltaDNA 帮助 Greener Grass 推出了移动营销最有效的技术之一。

## Greener Grass: Unity 案例分享

工作室如何做出最明智的决定来平衡游戏玩法，广告，奖励视频和应用内购买（IAP）。芬兰开发工作室 [Greener Grass](#) 的设计师致力于提供有趣的游戏玩法，并尽可能减少干扰。他们担心插页广告尤其会降低评级和留存。然而他们很清楚，他们的商业成功取决于优化收入机会。

### 遇到的挑战

判断插页式广告对收入和玩家留存的影响

### 平台

Android, iOS

### 项目组成员

2 位程序员，2 位美术，1 位策划，1 位制作人

### 公司

坦佩雷，芬兰

目前总共 24 名员工



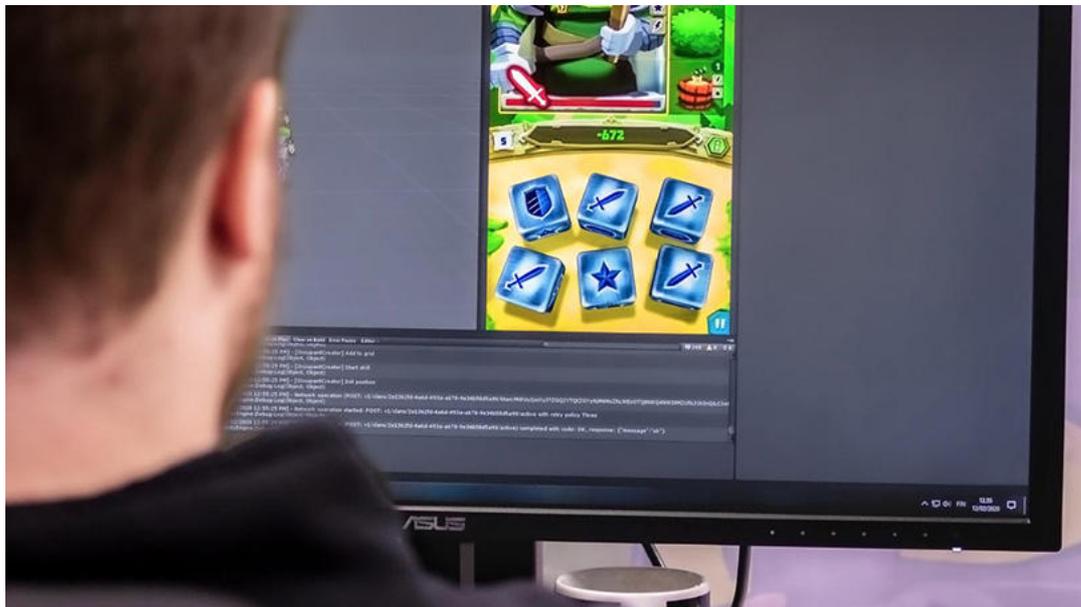
## 使用 A / B 测试和分析来验证插页式广告的效果

关于插页式广告的负面观念并非空穴来风 - 广告策略执行不力毁了许多游戏。**Greener Grass** 不想在其首个产品, *Dice Hunter: Quest of the Dicemancer* 上冒这种风险。一个快速变化的, 免费 (F2P) 的移动休闲游戏, 其成功取决于它相对快速的转换。那么, 不同的插页式广告策略将如何影响骰子猎人?

要解决此类问题, 就需要进行 A / B 测试和数据分析。**Greener Grass** 的董事总经理 **Atte Kotiranta** 从前就对游戏行业领先的分析平台之一的 **deltaDNA** 很熟悉 (**deltaDNA** 可在任何游戏引擎, 任何后端和任何广告平台上运行)。他的小组进行了测试, 评测了没有展示插页式广告和在新手期之后展示插页式广告的情况下转化率和留存的差异。

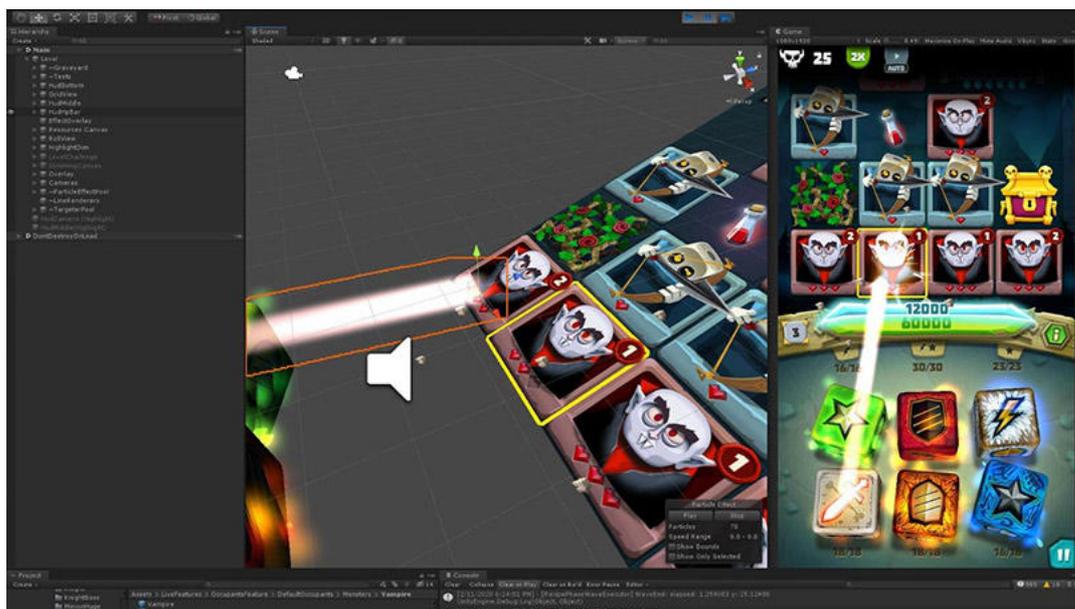
结果清晰而引人注目。结果表明插页式广告:

- 首次购买 (+ 40%) 和收入 (+ 58%) 显著增加
- 每位日活跃用户 (ARPPDAU) 的平均收入增加了 65%
- 没有对玩家留存, 关卡开始或有奖励视频观看产生负面影响



## Greener Grass 的创立

当 Rovio 于 2015 年关闭其在芬兰坦佩雷的工作室时, 其中的 17 名员工在一起创立了 Greener Grass。目前, Greener Grass 聘用了 24 名开发人员, 并拥有两个主力游戏 - *Dice Hunter: Quest of the Dicemancer* 和 *Golden Roll: The Dice Game* - 以及一些联合开发项目。该工作室的目标受众是喜欢棋类和 RPG 类型游戏的休闲游戏受众。



通过 **Unity** 进行广告变现使开发人员可以专注于游戏本身的玩法

在很多原因的促使下，**Greener Grass** 一直是一间 **Unity** 商店。科蒂兰塔说：“我们大多数人已经成为 **Unity** 的专家，我们从来没有理由考虑替代方案。 **Unity** 编辑器使我们能够在开发过程中更深入地让美术和设计参与进来，从而减少了反复的讨论，加速了游戏制作。”该平台可轻松跨游戏共享资源，而且享有对 **Unity** 插件商店资源广泛的第三方支持。

该工作室使用 [Unity IAP](#) 通过单个统一的 API 在 iOS 和 Android 设备上配置内购。他们和 [Unity Ads](#) 进行独家合作给他们提供广告（带来 20% 到 25% 的收入），以提高收入和玩家参与度。“借助 **Unity** 广告变现工具，我们可以专注于游戏开发，并且广告中获得了最大的价值，” **Greener Grass** 技术总监 Jarmo Kauko 补充道。

**插页式广告：游戏开发者不喜欢它们，而营销人员喜欢它们**

可以理解游戏开发者听到插页式广告会直接产生反感。当您投入了所有的创造力和精力到精美的游戏序列中时，被广告打断顶多是违反直觉的。 **Kauko** 表示：“我认为许多游戏开发都认为广告是不可避免的恶魔，既烦人又很重要。”对插页式广告也存在特定的抵制，即广告完全取代了游戏，并需要采取一定的行为才能到下一步。

然而，插页式广告的潜在优势令人信服。例如，将 100% 的屏幕图像用于传达信息有助于带来更深刻的印象，从而带来更高的点击率和更多的转化。

此外，插页式广告可以提供有用的数据维度，例如比较在线时长和后续。确实，对于营销人员来说，没有太多需要争论的 - 插页式广告可以起到锦上添花的作用。