

2021

Relatório de apps de jogos de cassino social

OS JOGOS MOBILE DE CASSINO
ESTÃO EM GRANDE FASE



LIFTOFF

GameRefinery
By Vungle



Índice

01

Panorama competitivo

Página 5

02

Tendências de aquisição

Página 9

03

Insights sobre recursos do app

Página 16

04

Motivation Framework

Página 23

05

Conclusão do autor

Página 27

06

Observações sobre o relatório

Página 29

Introdução

As medidas de distanciamento social aplicadas no mundo inteiro abriram caminho para o aumento na popularidade (e nas receitas) dos jogos de cassino social. Nos EUA, onde a pandemia fez com que quase 1.000 cassinos fechassem as portas, os títulos de cassino social "tiraram a sorte grande", de acordo com a empresa de pesquisa de mercado Statista. A receita total bruta mundial dos jogos do segmento de cassino social chegou a [US\\$ 6,2 bilhões em 2020](#), e a empresa projeta que esse valor chegará a US\$ 7,5 bilhões até 2026.

Os principais títulos desse gênero podem ter grandes ganhos. Mas a conquista de usuários que gastam valores altos deverá ficar mais difícil nos próximos 12 meses. O mercado está observando um aumento na movimentação (e na concorrência), com a chegada de empresas tradicionais de apostas e cassino.

Felizmente, o marketing não é um jogo de azar. Os profissionais de marketing podem utilizar os dados de mercado como base para definir estratégias de longo prazo e campanhas para transformar cada sessão em uma oportunidade de impulsionar a utilização e aumentar a fidelidade. Eles também podem fazer testes com mecânicas de jogo e recursos para oferecer aos jogadores benefícios e bônus que aprofundem o engajamento e gerem compras no app.

E é aí que entra este relatório, com insights exclusivos para ajudar as empresas de cassino social a otimizar as campanhas e o produto. A Liftoff utiliza dados de 83 bilhões de impressões e 12 milhões de instalações para oferecer insights de desempenho de anúncios em colaboração com a GameRefinery, que compartilha dados e métricas exclusivos de recursos para mostrar como os profissionais de marketing podem maximizar o desempenho dos jogos.

Destques do relatório

Receita

Apenas nos EUA, os apps de cassino social geraram quase US\$ 1 bilhão no iOS durante o período. Apesar da sequência de sucesso, a participação dos jogos de cassino social no mercado de apps de jogos apresentou uma ligeira queda, ficando 1 ponto percentual abaixo do ano anterior.

Métricas de custo

O custo por instalação (CPI) teve uma média de US\$ 7,21, com seu preço mais alto em novembro de 2020 (US\$ 7,63). A US\$ 5, o Android ofereceu o melhor custo-benefício, custando duas vezes menos do que o iOS.

Retorno do investimento em publicidade (ROAS)

O ROAS do 7º e do 30º dias teve médias de 11,12% e 25,18%, respectivamente. O desempenho por plataforma foi equilibrado: no 7º dia, o iOS teve desempenho superior, mas o Android levou no 30º dia.

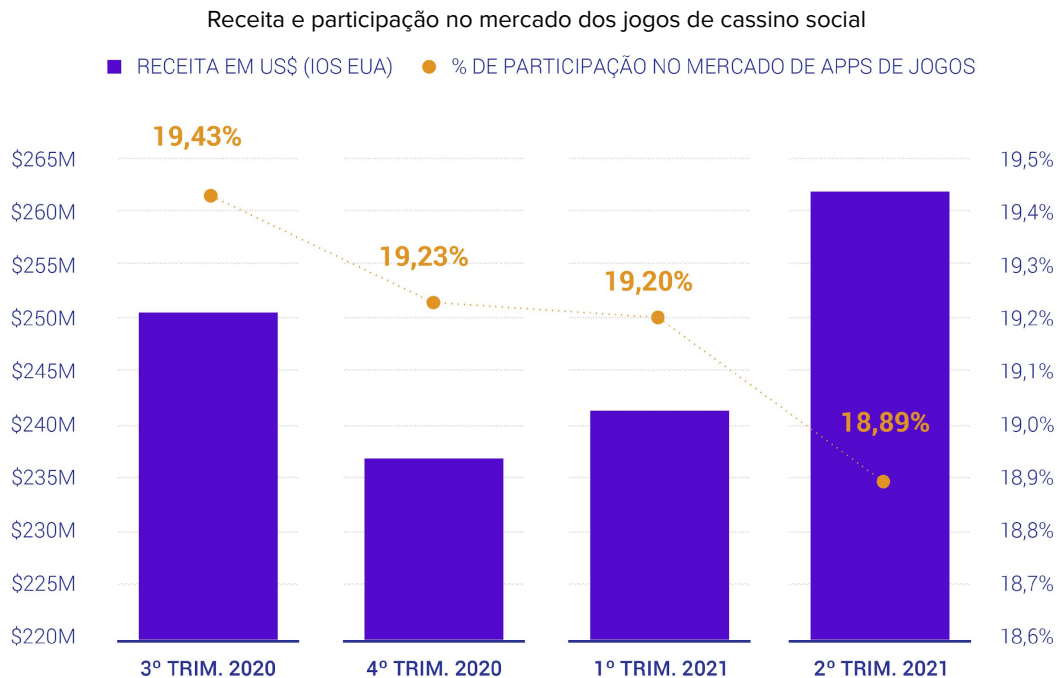
Recursos no app

Uma análise das mecânicas de jogo em alta revela que os álbuns de itens colecionáveis são o recurso mais popular, sendo utilizado por 74 dos 100 principais jogos do ranking. Outros recursos com impacto significativo são os cofrinhos e os passes de batalha.

O panorama competitivo

Quando as cartas estão na mesa, quais apps se dão melhor?

As receitas dos apps de cassino social estiveram em alta ao longo de 2021, mas não o suficiente para liderar a categoria. Mesmo com as receitas atingindo seu pico, a participação de mercado nos EUA caiu.



Novos títulos têm dificuldades para achar espaço em um mercado saturado.

Os jogos de cassino social que chegam às primeiras posições do ranking costumam permanecer nesse nível por muito tempo. Mas entrar nesse seleto grupo é difícil: nenhum novo título de cassino social chegou ao top 200 no último ano.



“

Os jogadores têm um grande número de opções de conteúdo de alta qualidade, além da possibilidade de consumir esse conteúdo em dispositivos de alto nível, o que acaba elevando suas expectativas. As equipes de aquisição de usuários precisam satisfazer essas exigências produzindo criativos de alta qualidade que possam ser ligados a uma história.”

Saikala Sultanova

Diretora sênior de aquisição de usuários e crescimento

product madness
An ARISTOCRAT Company

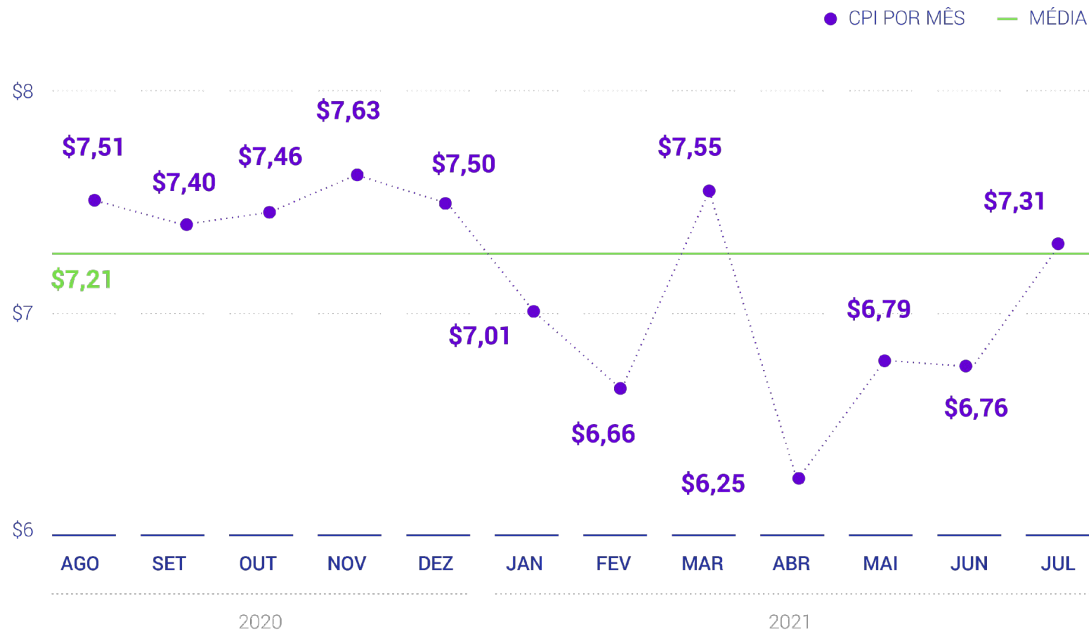


Tendências de aquisição de usuários

Para encontrar usuários dispostos a pagar,
ter sorte não basta.

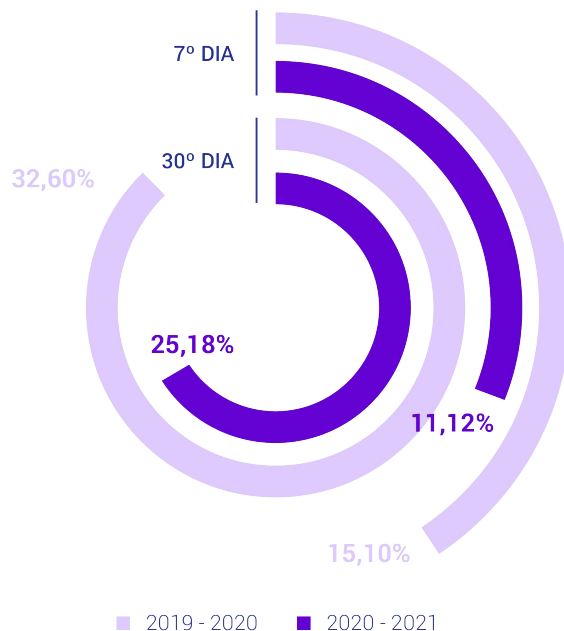
As instalações custaram caro em 2020, mas os preços caíram, em média, no ano de 2021. Em abril, os CPIs atingiram seu nível mais baixo (US\$ 6,25), mas em julho os valores já haviam voltado a patamares acima da média (US\$ 7,31).

CPI de jogos de cassino social, 2020 a 2021



O ROAS testa a capacidade dos profissionais de marketing, mas ainda oferece um bom desempenho, com 11,12% no 7º dia e 25,18% no 30º dia.

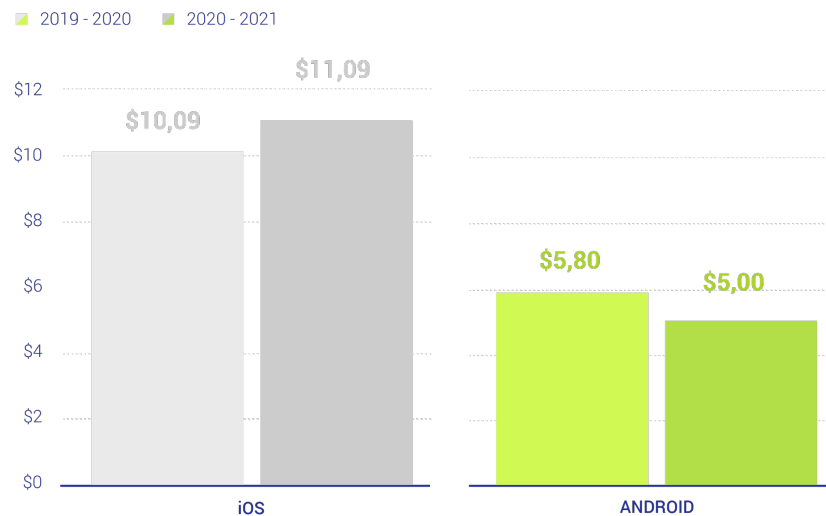
ROAS de jogos de cassino social, 2019 a 2021



O custo para adquirir um usuário do iOS é mais de duas vezes superior ao do Android.

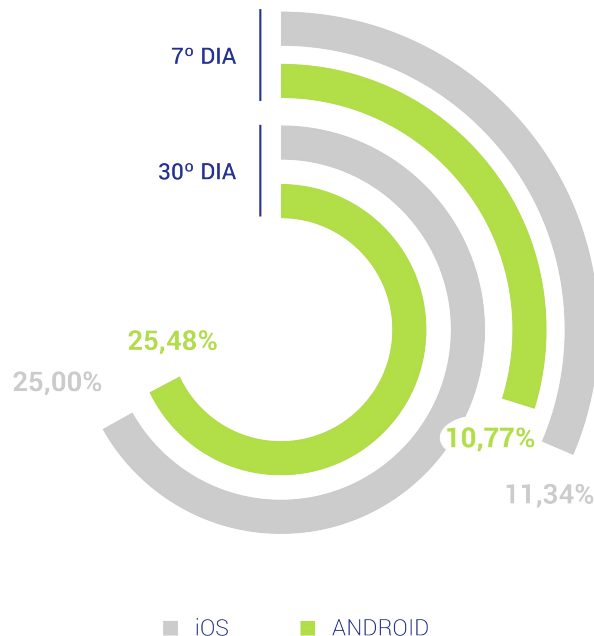
- De modo geral, os preços subiram e a diferença entre as plataformas aumentou, com CPIs 122% mais altos no iOS do que no Android. Em 2020, a diferença entre as plataformas foi menor (74%).
- O custo de uma instalação no Android caiu 13,7%, chegando a US\$ 5, com os profissionais de marketing tirando proveito da diferença de preço.
- No iOS, os CPIs tiveram um aumento de 9,9% em um ano (US\$ 11,09), claramente ligado a uma mudança nos hábitos de gastos com anúncios, com os profissionais de marketing aprendendo a trabalhar com o modelo de transparência de rastreio de app (ATT, na sigla em inglês) da Apple.

CPI de jogos de cassino social por plataforma, 2020 x 2021



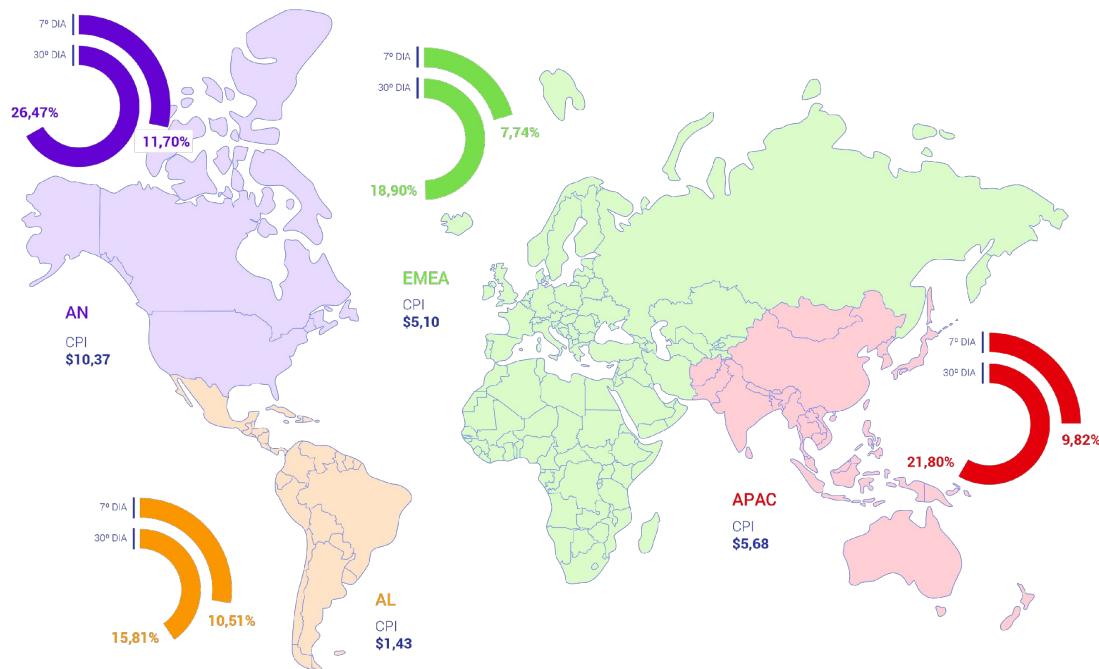
No 7º dia, o ROAS do iOS supera o do Android em 5,32 pontos percentuais. Mas, no 30º dia, o desempenho do Android fica 1,9% acima do iOS.

ROAS de jogos de cassino social por plataforma, 2020 x 2021



Os usuários têm um custo baixíssimo na América Latina, com CPIs médios de US\$ 1,43. Mas o bom desempenho do ROAS na América do Norte sugere um retorno melhor para quem está disposto a gastar.

CPI e ROAS de jogos de cassino social por região



“

Geralmente, usuários de alta qualidade significam um preço mais alto. Ao adquirir usuários, não se concentre apenas no custo. Tenha mais paciência durante o período de aprendizado. Mais tempo proporcionará melhores resultados.”

Wayne Qin
Cofundador

Triwin

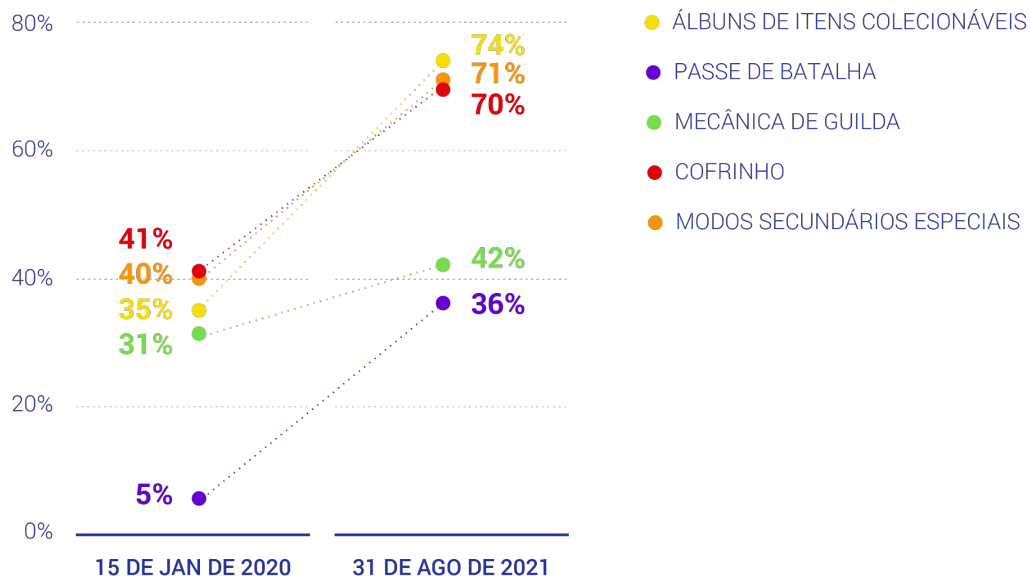


Insights sobre recursos do app

Os criadores de apps estão apostando em conjuntos de recursos avançados que fazem com que os usuários continuem acessando os jogos.

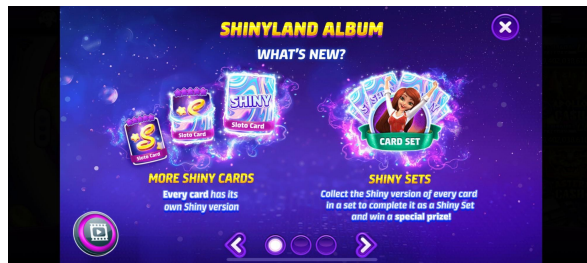
Os dados revelam as cinco características que distinguem os jogos de cassino social de sucesso. Essas mecânicas geram altas receitas para os títulos do top 100.

Utilização do recurso nos 100 principais apps de cassino social ao longo do tempo



Álbuns de itens colecionáveis

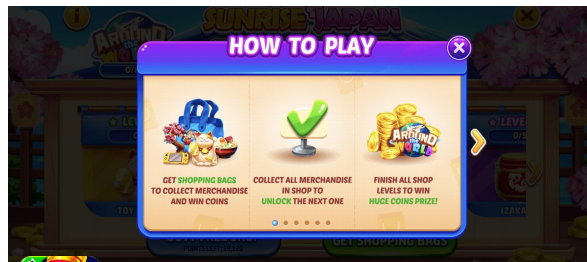
Dentre os cinco recursos, os álbuns de itens colecionáveis são o mais popular (sendo utilizado em 74% dos principais apps) e o que mais cresce (aumento de 39 pontos percentuais). Com os itens colecionáveis, os usuários ganham recompensas adicionais por concluírem coleções, além de poderem se vangloriar por encontrarem itens raros. Esses itens não afetam a experiência central do jogo e são uma maneira flexível de aumentar a sensação de progressão.



Slotomania – Season Albums



Jackpot Party – All Stars



Cash Frenzy – Around the World



Texas Hold'em Poker: Pokerist

Modos secundários especiais

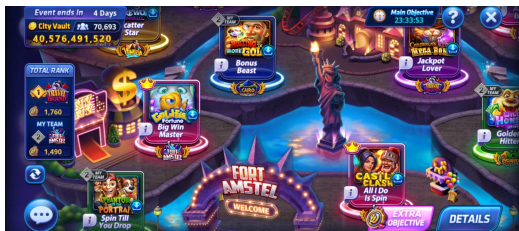
A recente explosão de modos e eventos secundários especiais mudou a natureza dos jogos de caça-níqueis e bingo, que antes eram títulos simples com foco na execução de tarefas repetitivas e agora passam a ser experiências diversificadas e mais complexas.



DoubleDown Casino – World Traveler



House of Fun - Adventure Emily



DoubleU Casino – Casino City Challenge



Caesars Slots – Fortune Palace

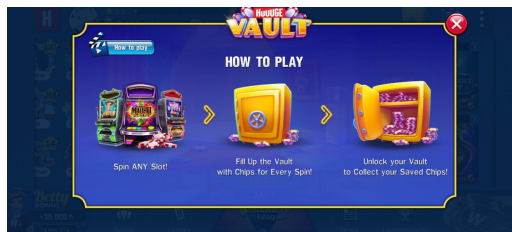
Os modos secundários especiais agregam um nível extra de conteúdo a jogos que têm apenas uma dimensão. Geralmente, os modos secundários especiais são ligados ao ciclo de jogo "principal" por meio de moedas ou recursos que são adquiridos, por exemplo, ao jogar caça-níqueis. Os jogadores usam esses recursos para avançar no modo secundário.

Com a introdução dos modos secundários especiais, os jogos de cassino social dão um grande passo para se tornarem um ecossistema bem mais complexo, com narrativa e jogabilidade avançadas. Cada vez mais jogos estão adicionando modos secundários especiais: 71 dos 100 principais jogos (em comparação com 40 em 2020).

Cofrinhos

Os sistemas de "cofrinho" são ferramentas eficazes de monetização e engajamento. Ao jogar, os usuários vão enchendo um cofrinho. Quando o cofrinho está cheio, eles podem comprar o conteúdo dele com dinheiro de verdade por um preço reduzido.

Não há muita variedade na implementação de sistemas de cofrinho nos jogos de cassino social. Mas essa simplicidade é uma vantagem. Os cofrinhos também são muito usados, estando presentes em 70 dos 100 principais jogos.



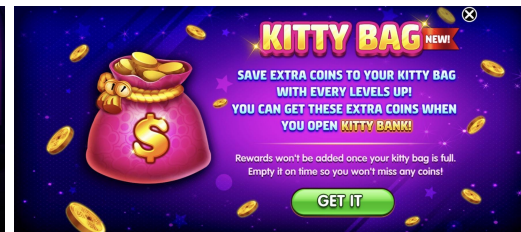
Huuuge Casino Slots – Huuuge Vault



Cashman Casino Slots – Piggy Bank



Heart of Vegas Casino Slots – My Piggy Bank



Jackpot World – Kitty Bag

Mecânica de guilda

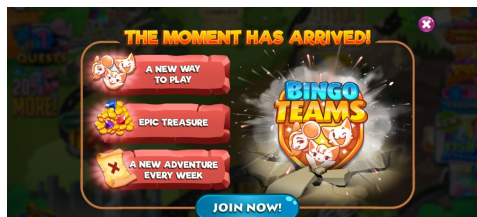
Com os jogos de cassino social começando a se voltar mais a jogadores casuais, a mecânica de guilda não precisa ser tão complexa quanto nos títulos midcore. Em vez disso, as guildas existem para aumentar o engajamento social, oferecendo aos jogadores a oportunidade de jogar juntos e conversar com outros usuários.

As guildas são a base de outros recursos sociais, como tarefas cooperativas, competições entre equipes e muito mais. Quase todas as guildas de jogos de cassino oferecem aos membros a possibilidade de pedir ajuda uns aos outros e conversar em um ambiente fechado. Esses são os "requisitos mínimos" ao introduzir as guildas em um jogo de cassino pela primeira vez, um recurso que aparece em 42 dos 100 principais jogos.

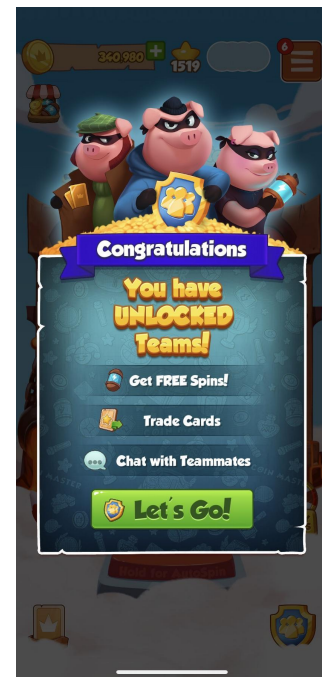
Muitos dos principais títulos já expandiram ainda mais sua mecânica de guilda. Eventos de guilda, tarefas comunitárias, competições e modos de jogo exclusivos aproveitam os elementos de cooperação e os aspectos sociais que as guildas podem oferecer aos jogadores.



Lotsa Slots - Clans



Bingo Blitz – Bingo Teams



Coin Master – Teams

Passe de batalha

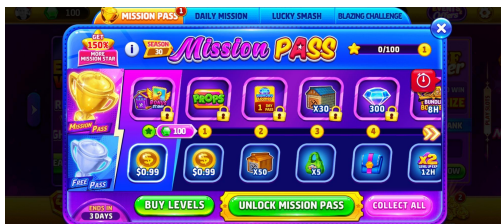
Os passes de batalha aumentam a progressão entre sessões e proporcionam aos jogadores uma sensação de que estão completando algo. Eles não estão presentes em tantos jogos, aparecendo em 36% no total, embora esse índice tenha aumentado significativamente em comparação com os 5% de 2020.



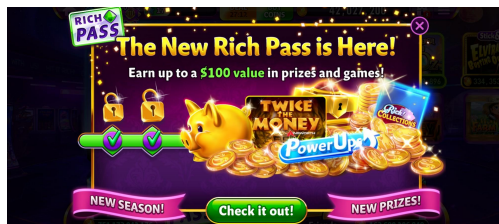
Cash Tornado Slots – Season Pass



Slotomania – DashMax



Cash Frenzy Casino Slots – Mission Pass



Hit It Rich Casino Slots – Rich Pass

Os passes de batalha nos principais jogos de cassino costumam ter visual e funcionamento parecidos: todos eles oferecem oportunidades atraentes de ganhar prêmios adicionais ao jogar, acrescentando uma progressão acelerada para jogadores que buscam melhorar suas estatísticas rapidamente.

A monetização ocorre de duas formas:

- A monetização **direta** acontece quando o usuário compra o passe para desbloquear recompensas de níveis mais altos. O funcionamento é parecido com uma assinatura: cada temporada tem um novo passe.
- A monetização **indireta** acontece por meio do aumento no engajamento e no tempo de uso do jogo, pois os usuários são expostos a outras ofertas.

Revelando as cartas

Utilize o Motivation Framework da GameRefinery para ver por que os jogadores gostam de jogos de cassino social.

Por que os jogadores gostam de jogos de cassino social?

A GameRefinery monitora e analisa 12 indicadores motivacionais que revelam os motivos.

- Os indicadores motivacionais definem e medem os motivos pelos quais os jogadores gostam de jogos.
- O Framework, criado com base em uma pesquisa realizada com mais de 7.000 pessoas de países em que se fala inglês, usa um modelo de doze indicadores motivacionais:
- Os indicadores motivacionais são agrupados com base em sua natureza para formar pares ou "grupos motivacionais". Por exemplo, "Aprimorar habilidades" e "Atingir marcos" são enquadrados em "Domínio".



Social - Trabalhar em colaboração com outras pessoas



Social - Competir contra outras pessoas



Domínio - Aprimorar habilidades



Domínio - Atingir marcos



Gestão - Planejamento estratégico



Gestão - Otimização de recursos



Expressão - Roleplay e emoções



Expressão - Personalização e decoração



Exploração - Descobrir novos mundos



Exploração - Colecionar tesouros



Escapismo - Raciocínio e resolução

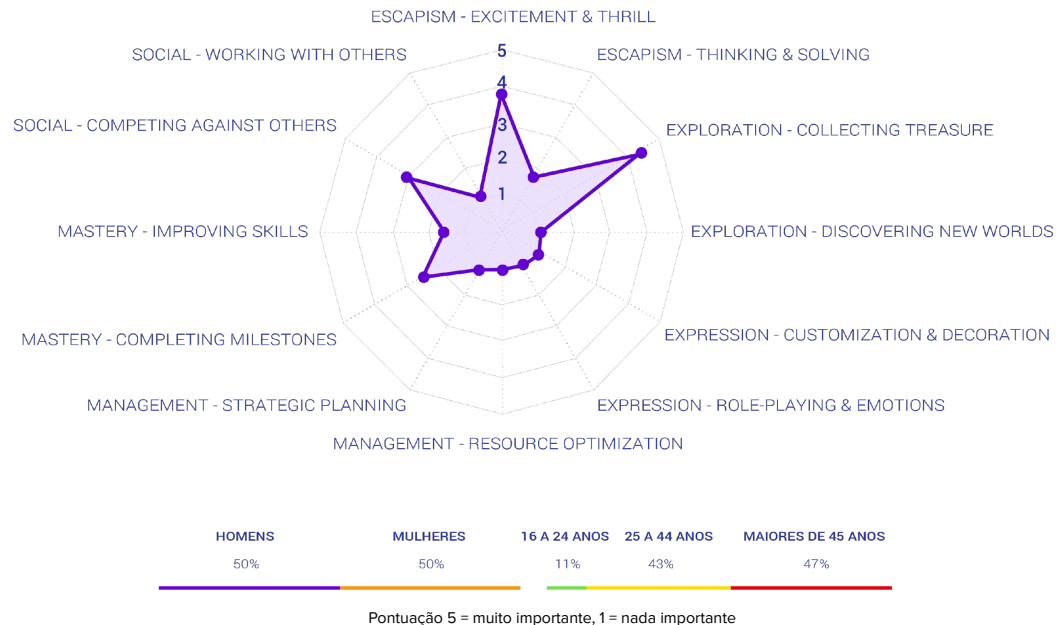


Escapismo - Empolgação e emoção

Desconstrução da persona dos jogadores

A GameRefinery traçou um perfil dos usuários mais engajados de jogos de cassino social.

- Os jogadores adoram jogos empolgantes e a possibilidade de colecionar tesouros.
- Os jogadores gostam de competir, principalmente em jogos de cartas.
- Demograficamente, a divisão é proporcional entre homens e mulheres.
- Os usuários são mais velhos do que em outros gêneros: quase metade dos jogadores tem mais de 45 anos.



“

O machine learning está crescendo rapidamente. É crucial que os profissionais de marketing produzam de modo eficiente recursos criativos para maximizar a seleção automatizada de recursos por meio dessa tecnologia.”

Basil, Yunong Zhang

Diretor de tecnologia e chefe do departamento de jogos de cassino social

Joyient



Conclusão do autor



“

As receitas estão em alta para o gênero de cassino social, mas o nível de concorrência e o panorama do marketing de apps têm dificultado a rentabilização desse tipo de jogo. Para 'tirar a sorte grande', os profissionais de marketing e as equipes de produto precisam gerar empolgação desde o anúncio até a experiência no app".

James Haslam

Gerente sênior de insights de marketing

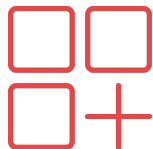


L I F T O F F

Observações sobre o relatório

Metodologia da Liftoff

Período: 1º de agosto de 2020 a 1º de agosto de 2021



239

apps



83 bilhões

de impressões



1,1 bilhão

de cliques



12 milhões

de instalações



QUEM É A LIFTOFF?

A Liftoff é uma plataforma de marketing de apps mobile completa que ajuda as empresas a adquirir e reter usuários de apps de alta qualidade em grande escala. Utilizamos machine learning imparcial para encontrar todos os melhores usuários para seu app, tecnologias criativas para oferecer a experiência de anúncio mais envolvente e um exclusivo modelo de custo por receita para otimizar suas metas de valor de vida útil do cliente (LTV, na sigla em inglês).

Temos orgulho das nossas parcerias mantidas desde 2012 com alguns dos principais anunciantes de marcas e criadores de apps. Com sede em Redwood City, a Liftoff tem uma presença global, com escritórios em Nova York, Berlim, Londres, Paris, Singapura, Seul e Tóquio.

www.liftoff.io



QUEM É A GAMEREFINERY?

A GameRefinery by Vungle é a principal provedora de dados sobre recursos no mercado de jogos mobile, com um banco de dados em crescimento que abrange centenas de milhares de jogos. Zynga, Wargaming, King e FunPlus são algumas das empresas líderes do setor de jogos mobile que são clientes da GameRefinery.

A plataforma da GameRefinery utiliza algoritmos exclusivos e uma equipe de analistas especializados para ajudar desenvolvedores, investidores e empresas a se aprofundarem nos elementos básicos dos jogos mobile para descobrir os fatores por trás do sucesso, entender por que os jogos fazem sucesso e saber como obter os mesmos resultados desde a pré-produção até o gerenciamento após o lançamento (LiveOps).

www.gamerefinery.com

