

SURVEY ANALYSIS

Abbiamo ricevuto 27 risposte alla survey sul nostro social network, il 70% degli utenti ha un'età compresa tra i 18 e i 29 anni, con una netta prevalenza maschile. La maggioranza dei nostri utenti possiede almeno due stazioni di gioco, un PC e una console; alcuni accompagnano la console domestica con una portatile (Nintendo 3DS o PSvita/PSP). Tra le risposte che abbiamo ricevuto abbiamo notato una forte prevalenza per le console SONY, nessuno dei partecipanti al questionario possiede una XBoxOne, next gen della Microsoft.

Il 50% degli utenti dichiara di dedicare meno di 5h ore settimanali al consumo di videogiochi, un dato che si rispecchia negli impegni giornalieri della fascia media di maggioranza (universitari/giovani lavoratori), mentre un 33% si concede dalle 10 alle 20 ore settimanali. Generalmente, la maggior parte degli utenti gioca a un massimo di due titoli in contemporanea, esigenza causata principalmente dal tempo a disposizione: i generi preferiti sono i videogiochi di avventura, azione ed RPG, e i titoli soprattutto in prima o terza persona.

I motivi che spingono principalmente all'acquisto di un determinato videogioco si possono ritrovare nella fidelizzazione rispetto a un marchio/casa di distribuzione o rispetto alla notorietà/storicità della saga in esame; le strategie di marketing si rivelano efficaci per l'acquisto di un nuovo titolo, come la divulgazione di trailer e video di gameplay in vista dell'uscita del nuovo prodotto. Generalmente gli utenti scelgono i rivenditori fisici di fiducia per l'acquisto di nuovi prodotti, spendendo annualmente tra i 25 e i 200 euro (tendenza variabile).

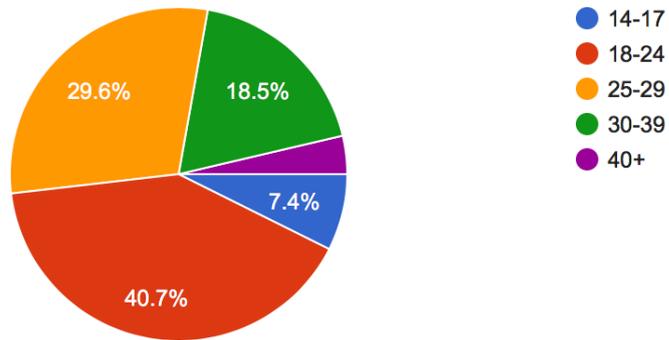
I videogiocatori che scelgono di comprare i titoli fisicamente, piuttosto che la versione digitale, lo fanno per collezionismo e di conseguenza se ne separano difficilmente, ma il 60% dei partecipanti al questionario si dicono disponibili a scambiare alcuni dei loro titoli, ma che vogliono sapere con chi li scambieranno. A questo proposito, una delle nostre funzionalità prevede un sistema di feedback e rewarding, in modo da tenere traccia del comportamento e dell'attitudine dei videogiocatori e assicurare ai giocatori di interagire con utenti attendibili: la nostra idea ha trovato forte riscontro nella risposta in cui si chiede se tale sistema potrebbe agevolare la loro decisione di scambiare un gioco.

Abbiamo chiesto agli utenti se si immaginassero a mantenere i rapporti con chi avrebbero effettuato lo scambio e la maggioranza ha affermato che continuerebbe a tenersi in contatto principalmente per scambiare altri giochi, e poi per chiedere eventuale aiuto sul gioco prestato o condividere la propria passione per i videogiochi: questo dato è da tenere in alta considerazione in quanto può essere il fattore scatenante della crescita di comunità attive.

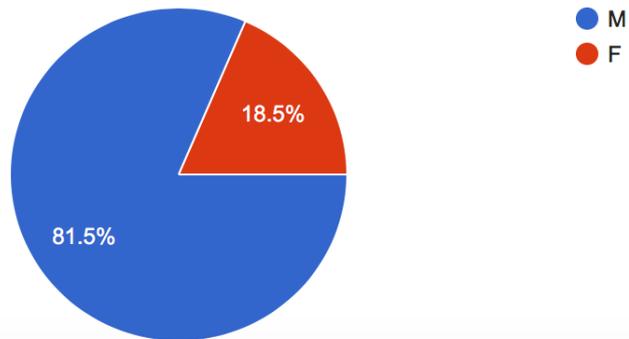
All'80% dei partecipanti piace organizzare partite con i propri amici: metà di loro affermano di giocare esclusivamente online, mentre gli altri trovano difficoltà ospitare tutti gli amici a casa per problemi di spazio. A questo proposito vorremmo implementare una funzionalità, insieme a centri gioco specializzati e locali ludici, che permetta ai giocatori di organizzare facilmente le loro partite in compagnia, oppure partecipare ad eventi e tornei nella propria città. Questa funzione dovrebbe portare un duplice vantaggio: i giocatori potranno trovare un luogo di aggregazione dove potranno anche ristorarsi mentre i negozi avranno la possibilità di far conoscere la loro attività e trovare nuovi modi per attirare e fidelizzare nuovi clienti. Abbiamo chiesto inoltre se potrebbe essere utile una funzionalità che li aiuti a cercare partite online ancora libere, ottenendo una risposta prevalentemente positiva (66,7%) a fronte di un 33,3% indifferente: nessuno si è mostrato incline ad attendere per trovare una partita online, soprattutto per quei titoli non più nuovi.

Infine abbiamo ottenuto un riscontro prevalentemente negativo alla domanda sulla condivisione/visualizzazione di contenuti di gioco online da parte dei nostri utenti: il 70% non guarda contenuti da parte di altri giocatori in quanto preferisce giocare in prima persona i titoli piuttosto che guardarli passivamente, mentre il restante 30% afferma che guardano periodicamente partite giocate da altri giocatori su diversi canali online come Twitch o Youtube.

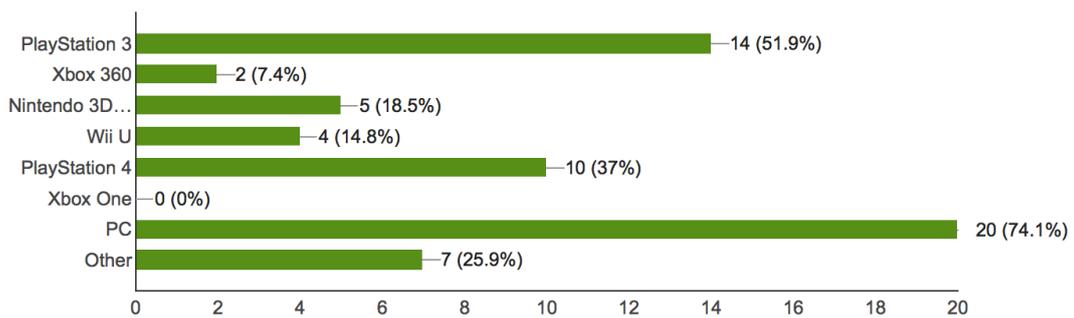
Quanti anni hai? (27 responses)



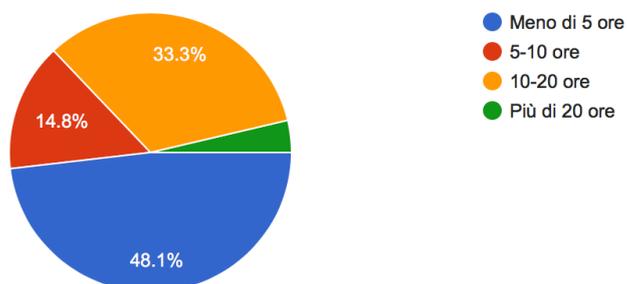
Sei maschio o femmina? (27 responses)



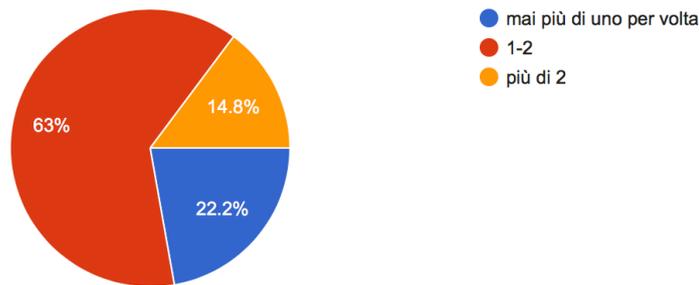
Quali console possiedi? (27 responses)



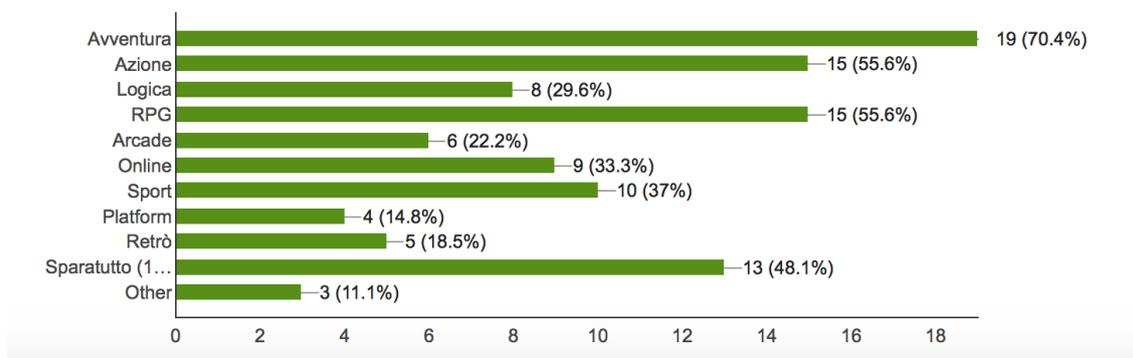
Quante ore dedichi in media alla settimana ai videogiochi? (27 responses)



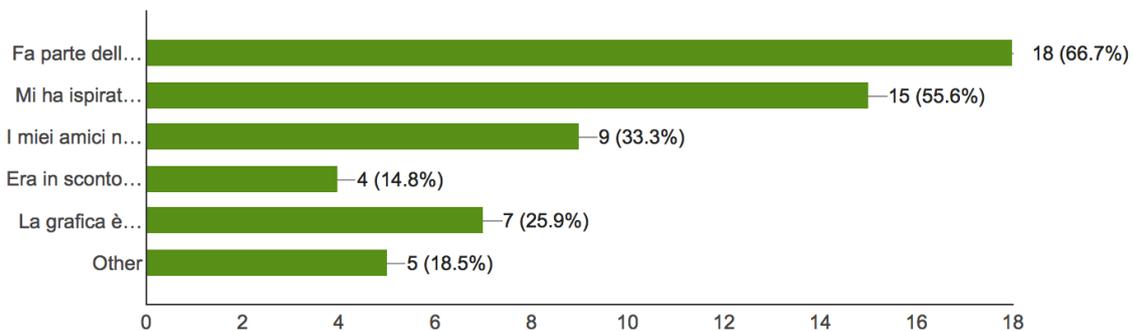
Giochi con più titoli contemporaneamente? (27 responses)



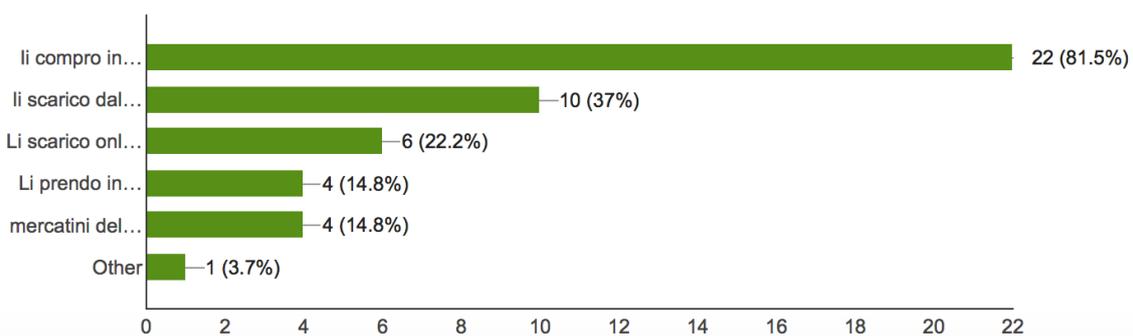
Quali sono i tuoi generi preferiti? (27 responses)



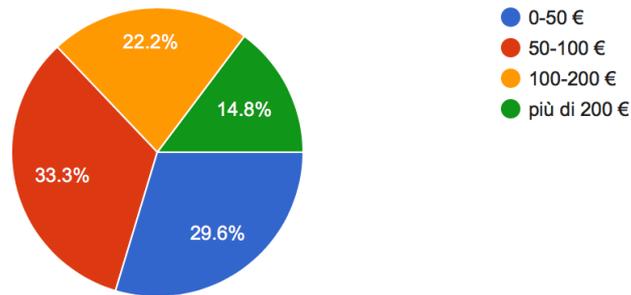
Perchè scegli di comprare un particolare videoggioco? (27 responses)



Come preferisci acquistare giochi (27 responses)

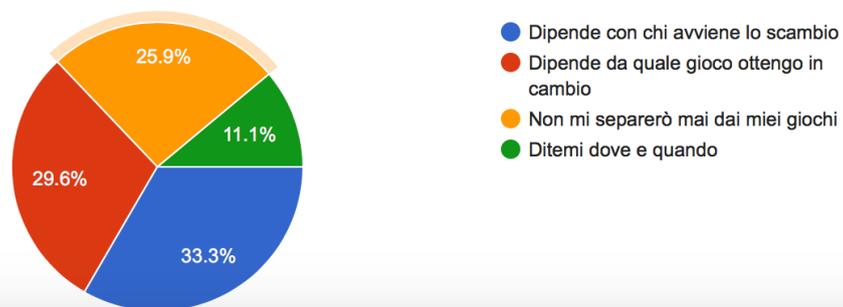


Quanto spendi per i videogiochi all'anno? (27 responses)



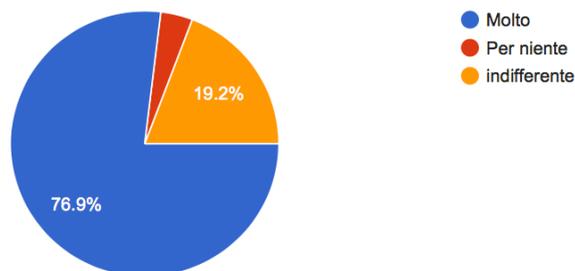
Ti interesserebbe scambiare con altri utenti nella tua città per espandere la tua libreria ludica a costo zero? (27 responses)

(27 responses)



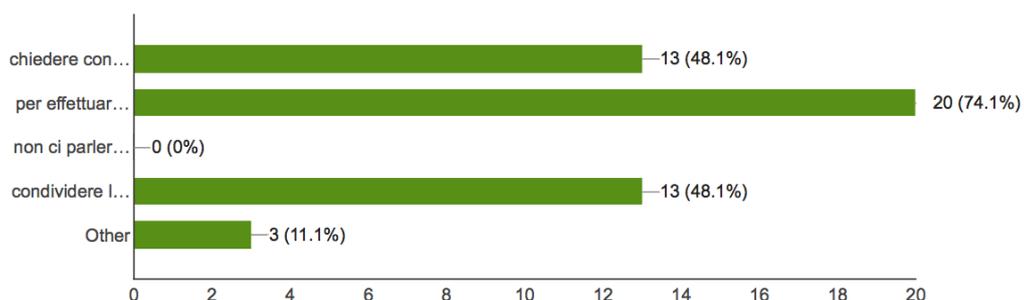
Pensi che un sistema basato sui feedback tra utenti ti aiuterebbe a decidere con chi scambiare i tuoi giochi? (26 responses)

(26 responses)

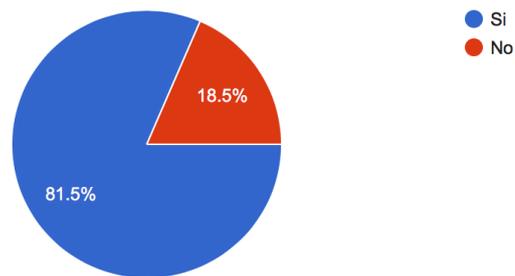


Rimarresti in contatto con la persona con cui è avvenuto lo scambio per:

(27 responses)

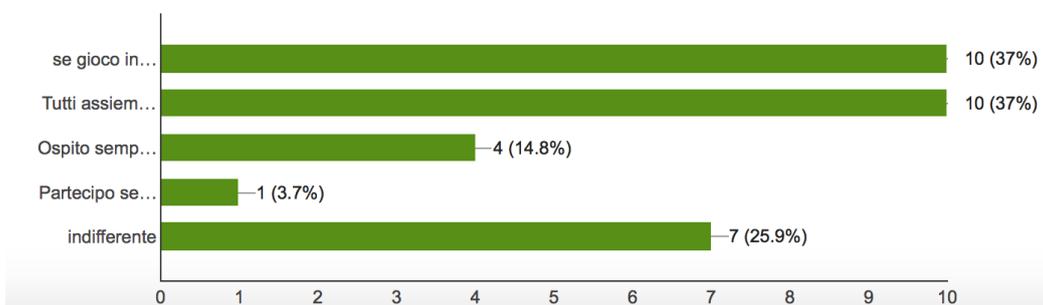


Ti piace organizzare partite con i tuoi amici? (27 responses)

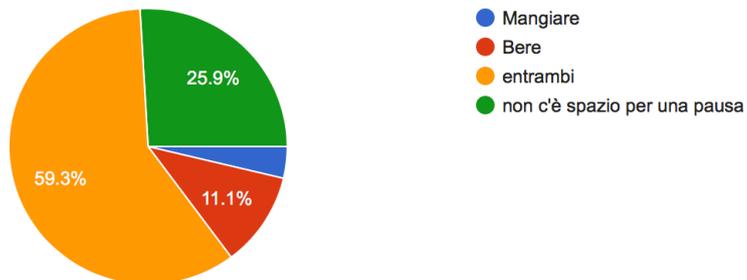


Preferisci i giocare con i tuoi amici Online o tutti assieme nella stessa stanza?

(27 responses)

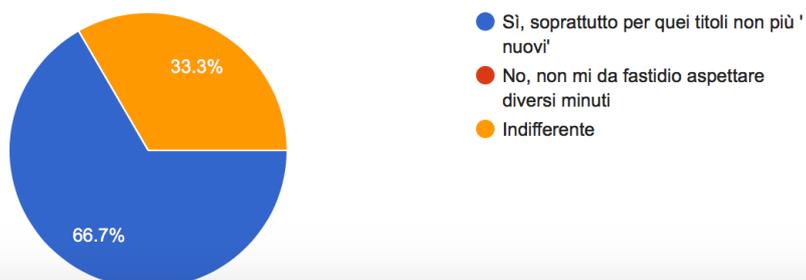


Mentre giochi con gli amici ti piace: (27 responses)



Code di attesa per trovare un party online? ti piacerebbe se ti venisse segnalato un gruppo in cerca di un giocatore?

(27 responses)



Sei solito guardare o condividere video durante le partite, con commenti o tramite strumenti come Twitch?

(27 responses)

