

捕捉让玩家停不下来的脑电波 ——打造高留存新手体验

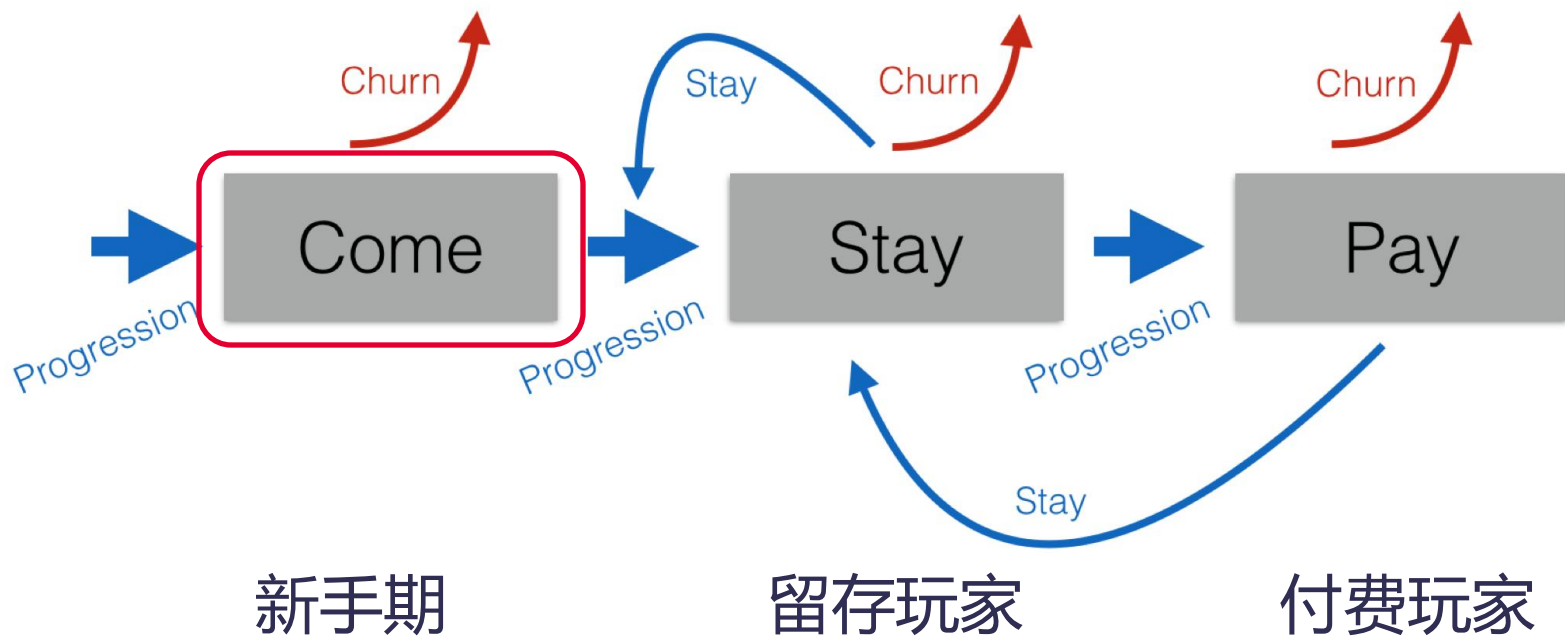
Roy Tang 唐瑞鸿
Founder & Brain Intelligence



GAME DEVELOPERS CONFERENCE™ CHINA

SHANGHAI INTERNATIONAL CONVENTION CENTER

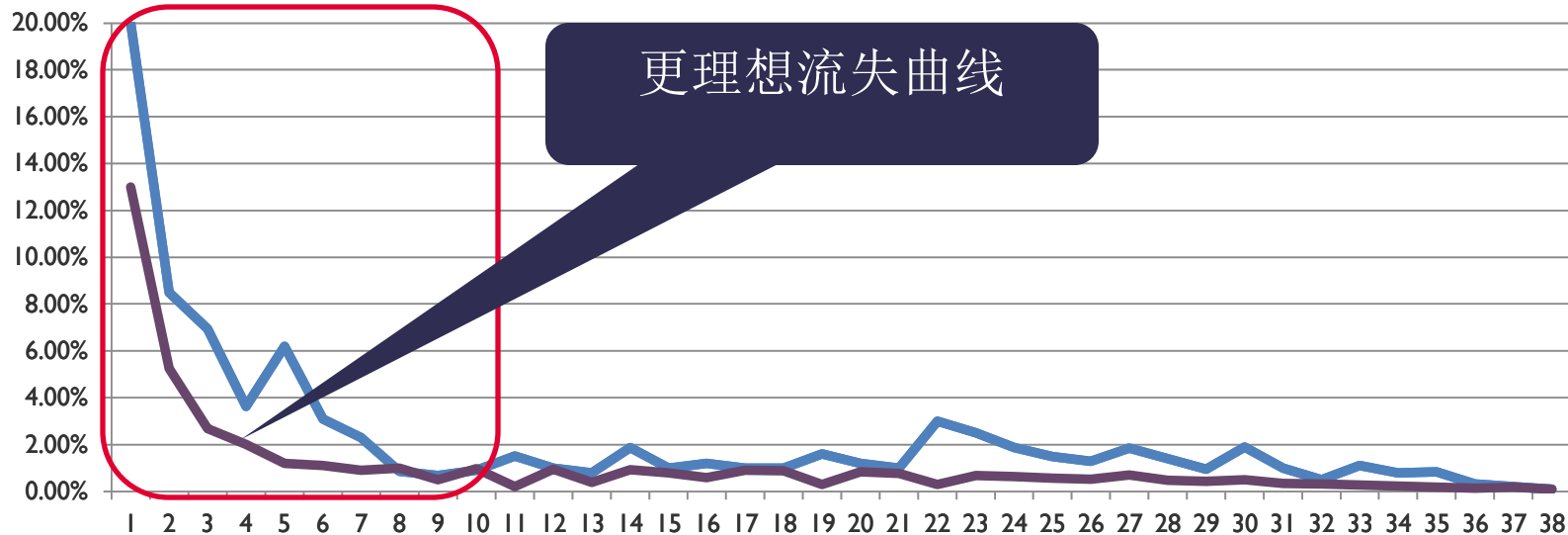
SHANGHAI, CHINA · OCTOBER 19-21, 2014



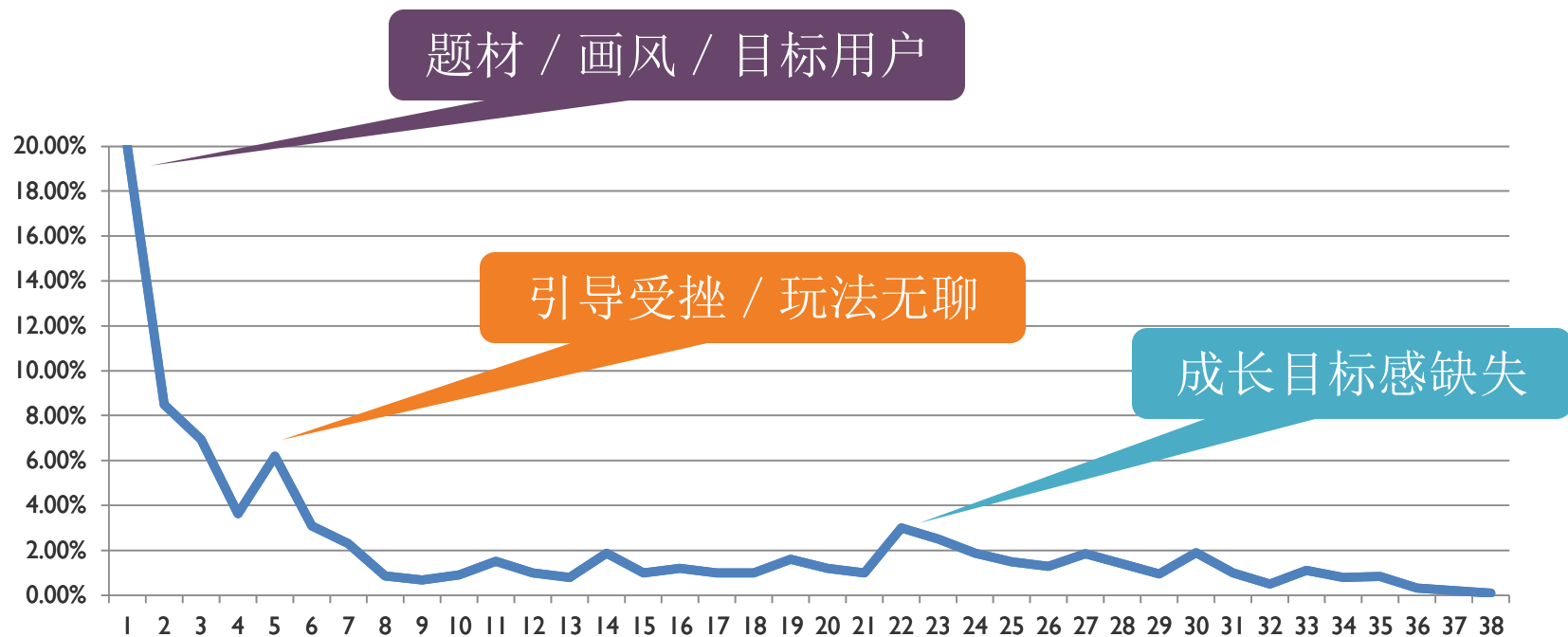
高流失看似不可避免

50%!

!!



不同阶段流失原因



更多新手留存~更多付费玩家

新手

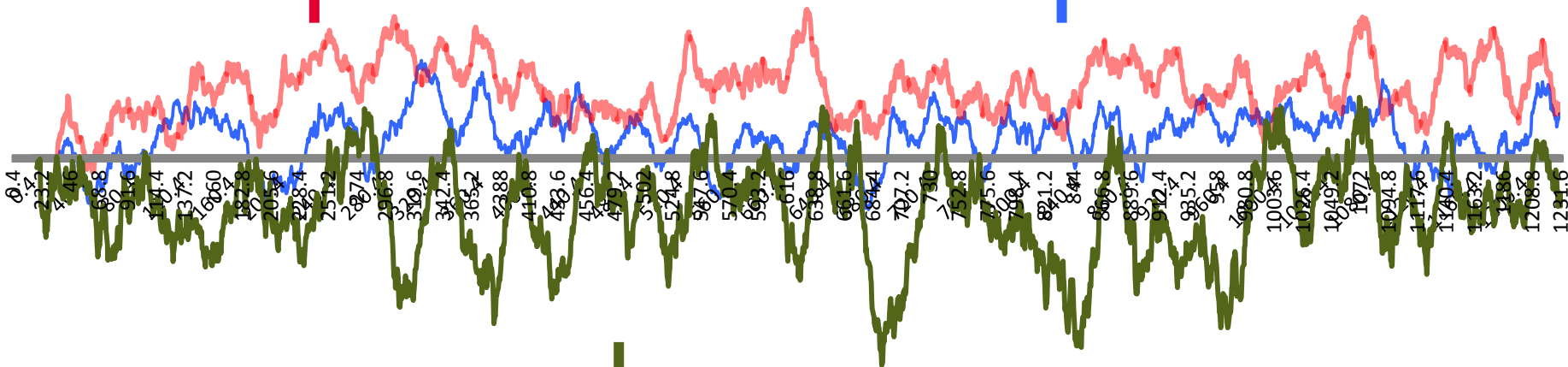
留存

付费

月流水 > 1亿人民币



月流水 ≈ 6000万人民币



月流水 < 1千万人民币



看得见的数字，看不见的爽

眼动测试



脑电测试

生理指数

神经学之游戏研究：

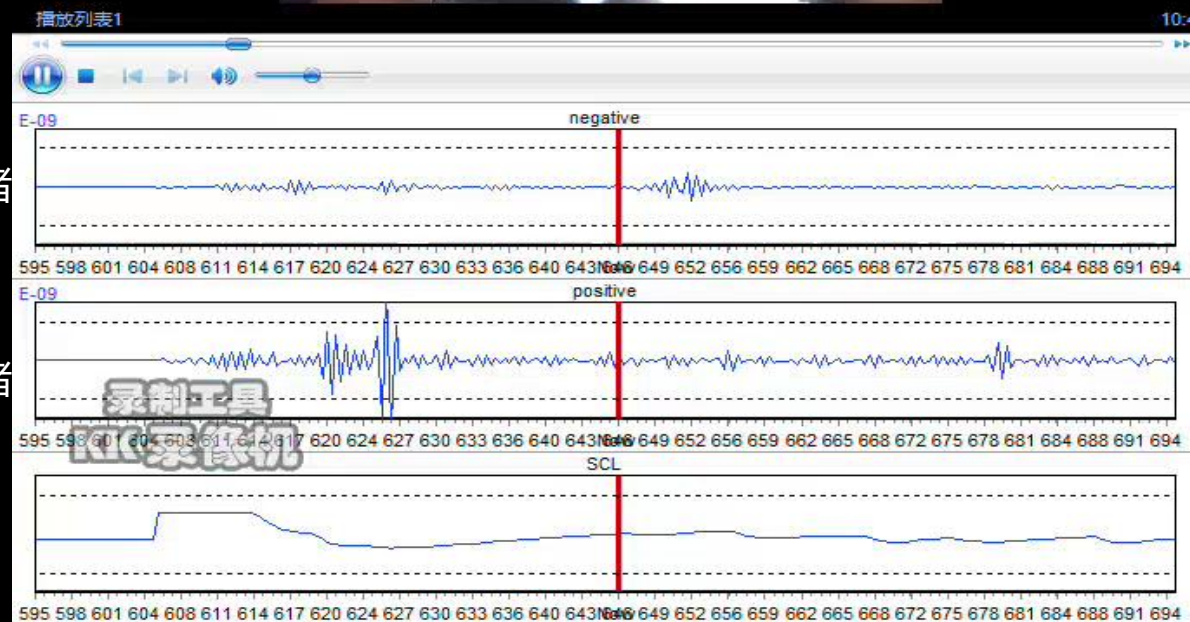
- 通过实时监测玩家的**眼动**、**脑波**变化，**生理**指数变化
- 将玩家的**情绪**体验**可视化**，**量化**



消极情绪

积极情绪

紧张度



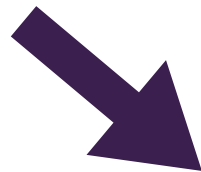


一款成功的游戏：

- 能够唤起强烈的情绪反应 (Keeker)
- 并不是越积极越好
- 让玩家情绪不断波动，正负情绪互相转化 (Richard Hazlett)



沉浸感
Immersion



心流体验
Flow

沉浸感 (IMMERSION)

定义：参与，融入，代入感的程度

游戏体验

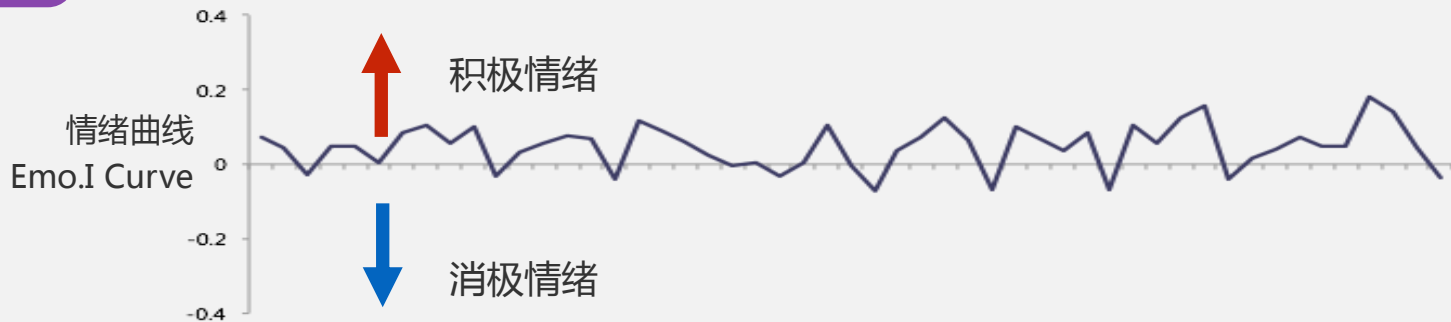
故事性 / 技巧性 / 策略性 画面效果 音效 风格

心理体验

强参与感 脱离现实 忘记时间 很上瘾

情绪体现

强烈的正负性情绪的交替



心流体验 (FLOW)

定义：非常专注，非常有动力的全身投入，并非常享受的精神状态

游戏体验

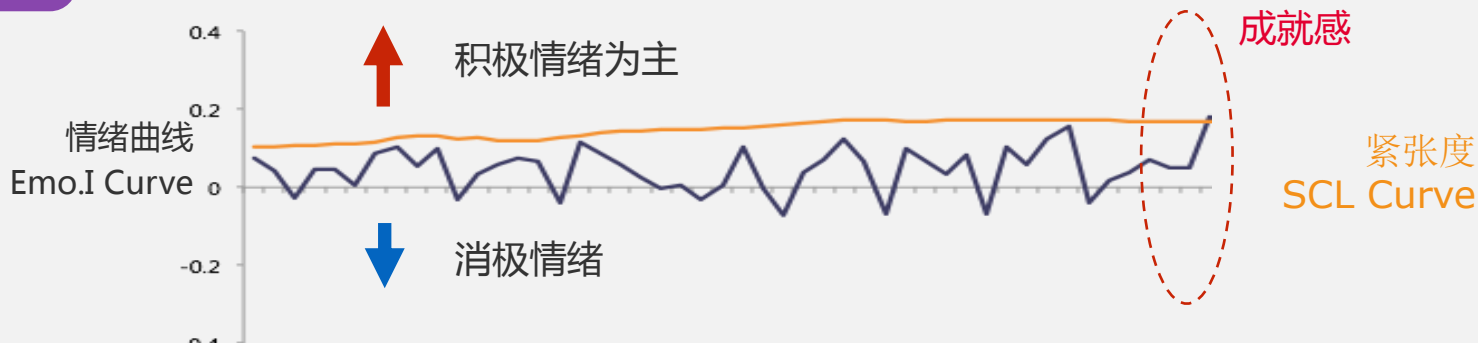
游戏机制 难易度平衡 目标性 反馈

心理体验

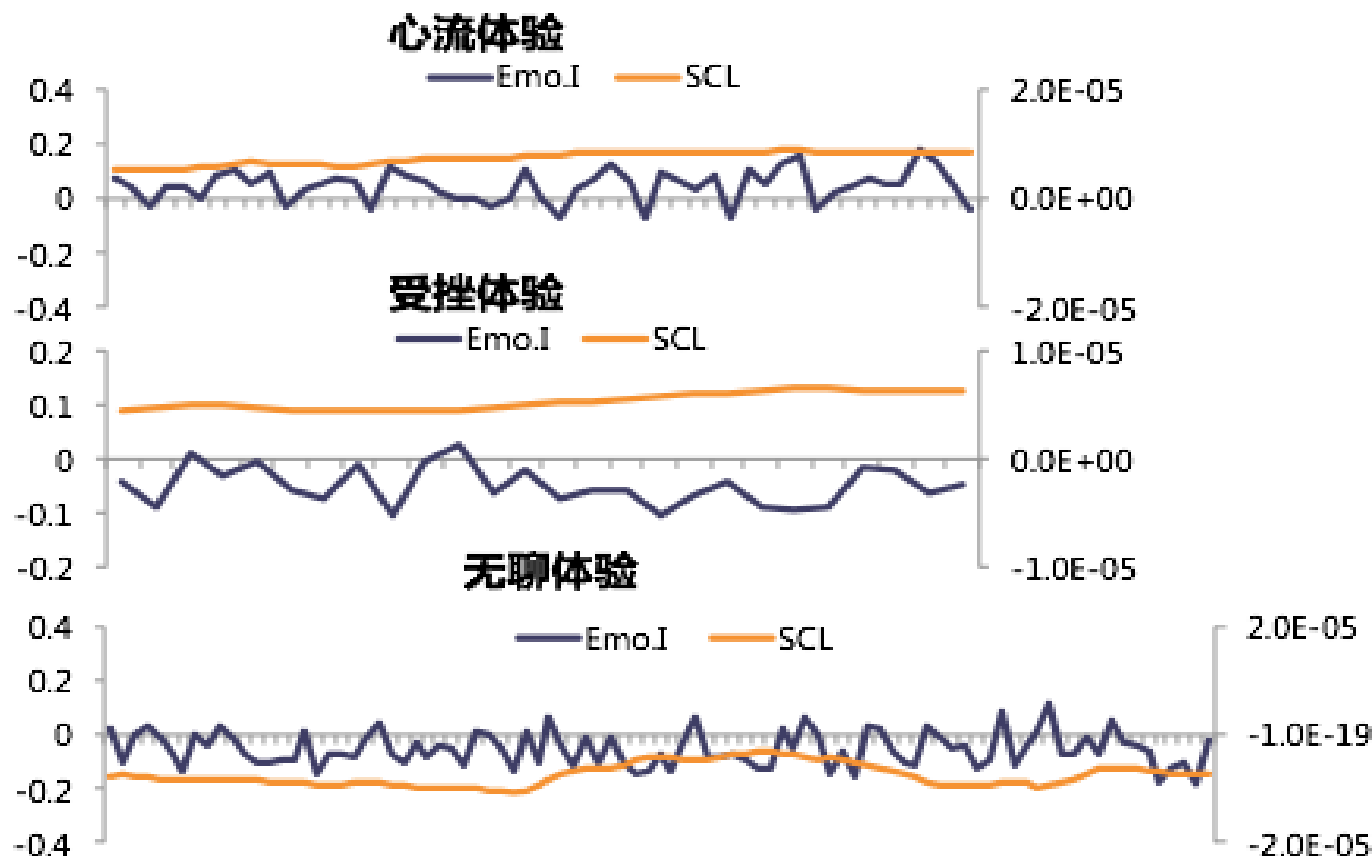
持续专注 控制感 忘我投入 成就感

情绪体验

正性情绪为主，正负性波动；紧张感积累；完成挑战的成就感



脑电波和生理指标告诉你玩家的情绪状态



✓ 1.绚丽画面

题材 / 画风 / 目标用户

✓ 2.强化新手引导环节

✓ 3.让新手体验到好玩多变的玩法

引导受挫 / 玩法无聊

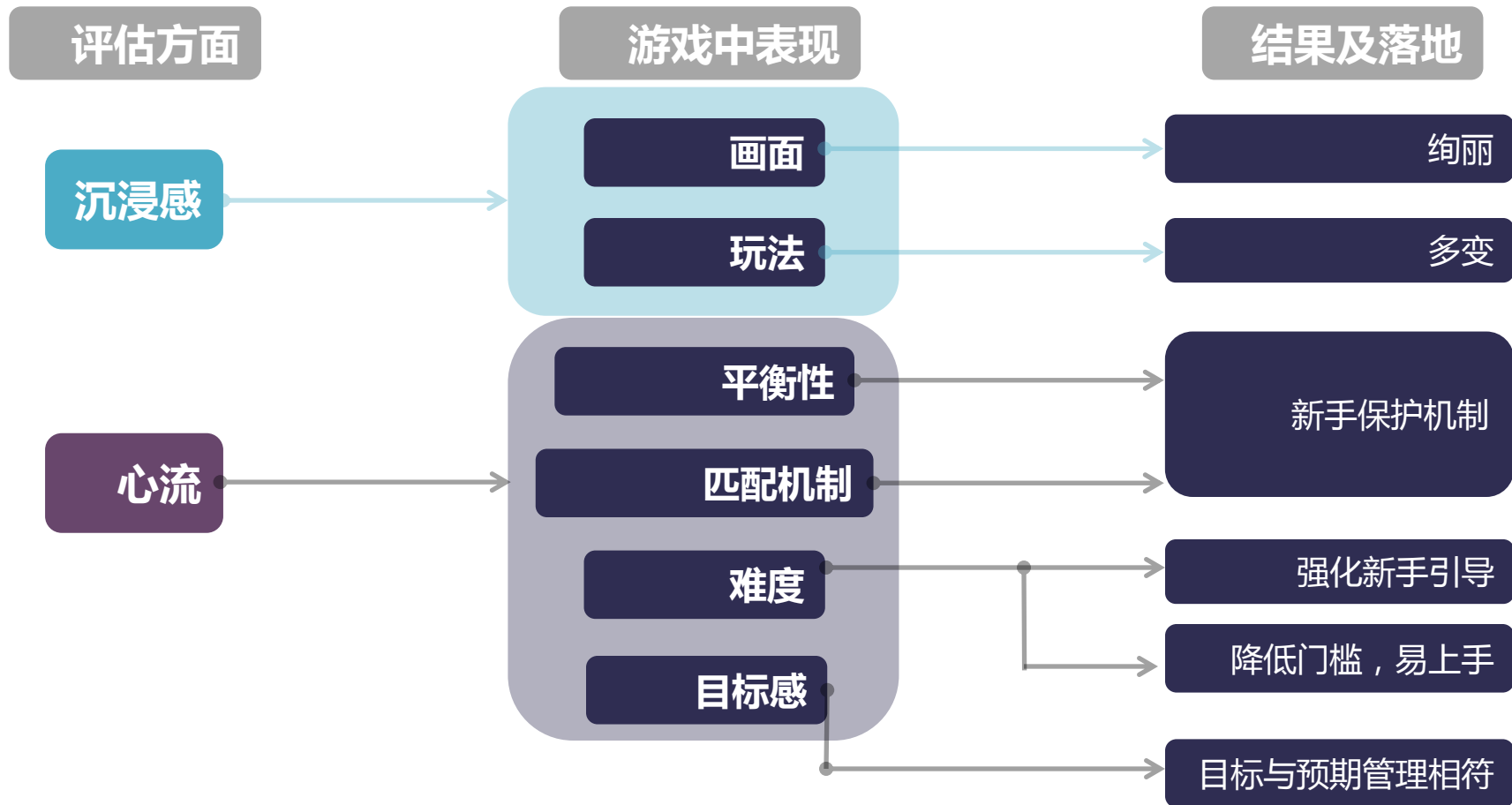
✓ 4.目标预期管理

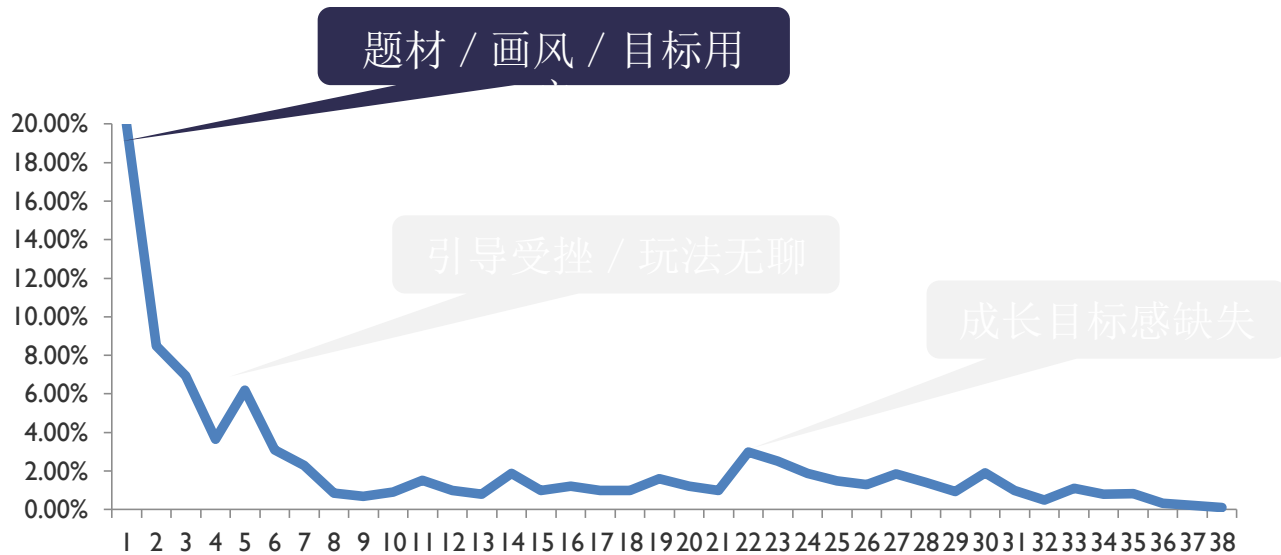
成长目标感缺失

✓ 5.启动新手保护机制

✓ 6.降低重度游戏门槛

COME: 新手存留六大原则





新玩家喜爱绚丽画面

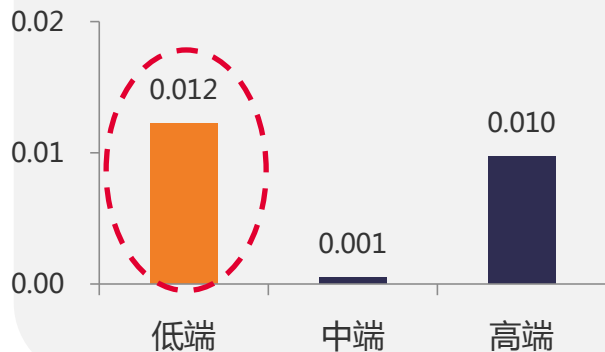
绚丽的画面效果，易吸引新手/低端玩家



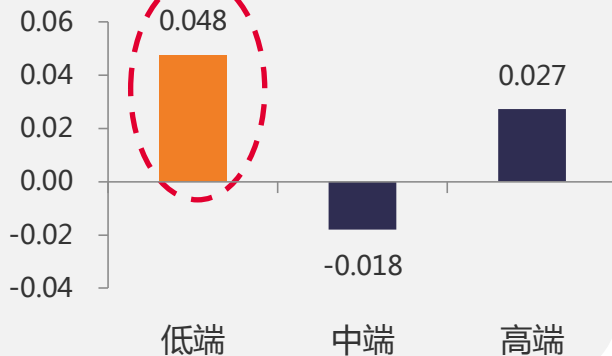
炫斗的“大招”，天天飞的“超级喷射”，逆战的“摧毁机甲”“大杀器”
均具有绚丽的视觉效果

低端玩家易被绚丽画面吸引，高端玩家不为所动

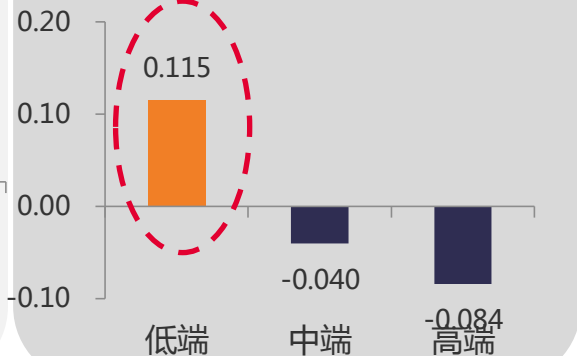
Emo.I : 大杀器



Emo.I : 摧毁机甲



Emo.I : 释放大招



- 新手/低端玩家对绚丽的画面缺少“免疫力”，很容易被吸引产生积极的情绪体验。
- 对中高端玩家无太大影响



Your One Stop

JAGUAR

XJ220

小白玩家：
梦想的豪车，狂野的心

Esc Back

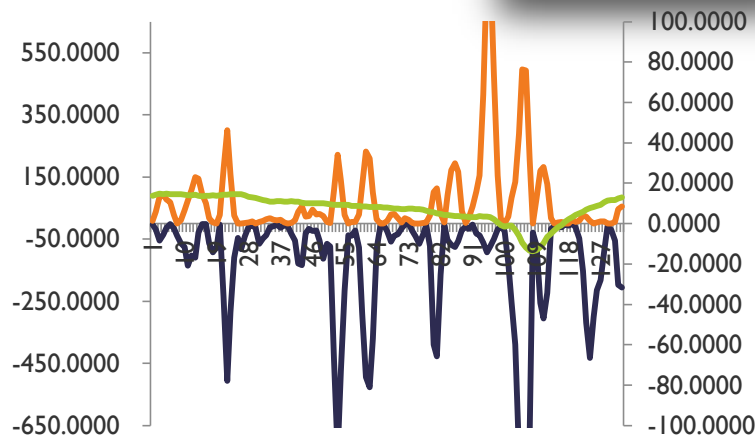
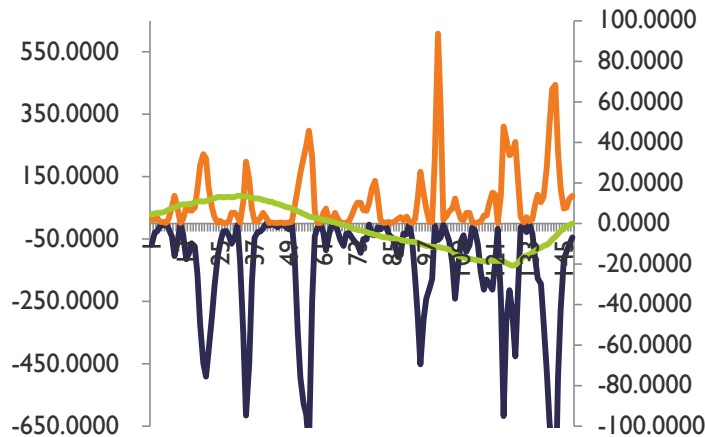
9 0 Zoom

↑ ↓ ← → View Car

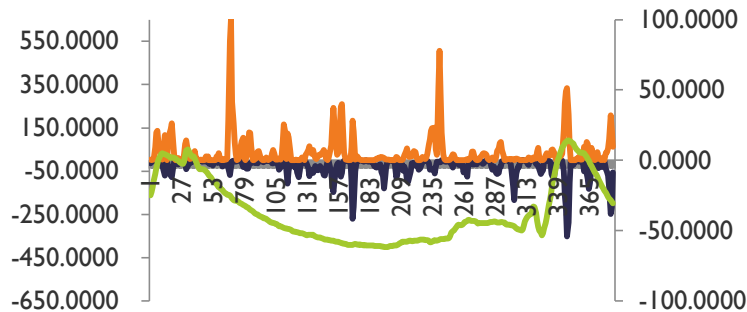
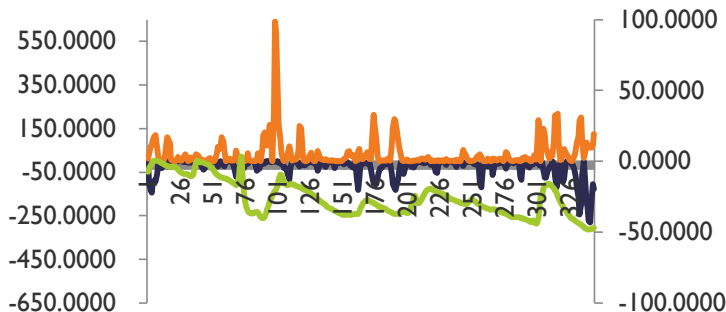


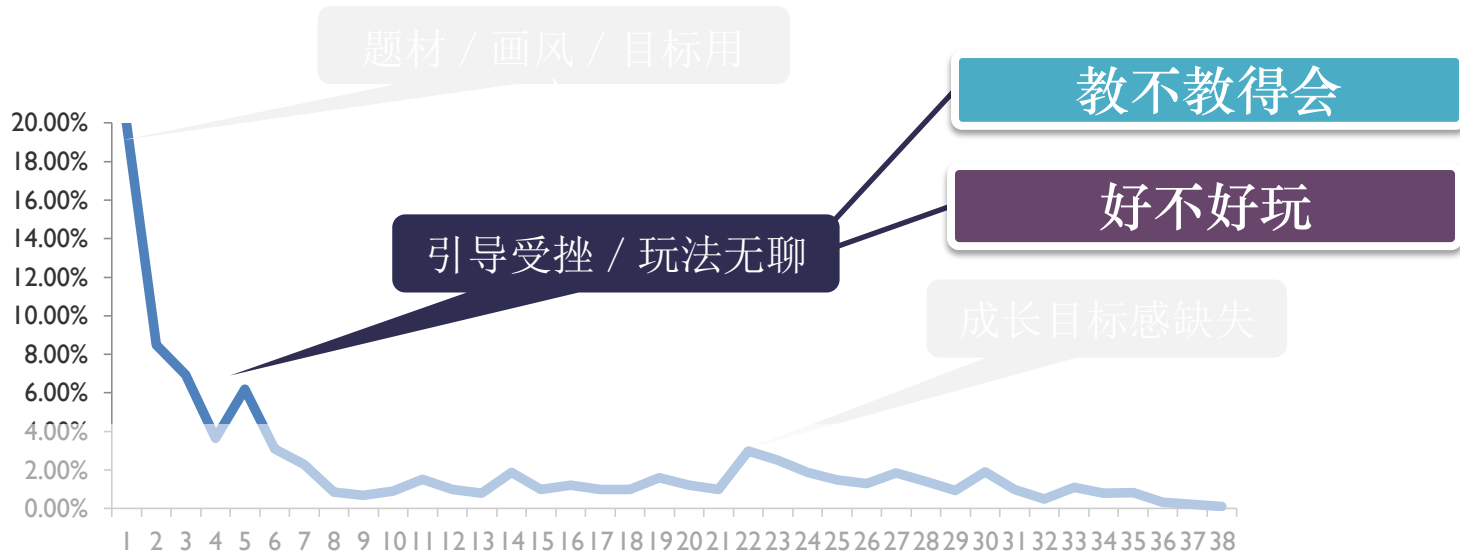
小白玩家：选名车比游戏high多了

选车



游戏中





新手引导必须重视



34s

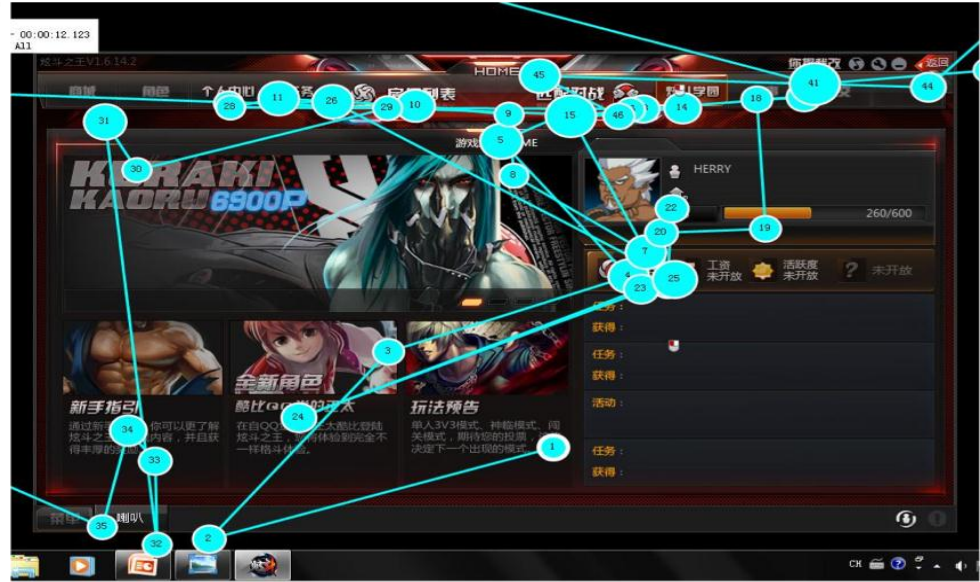


设计
不能想当然

新游戏元素的提示
要吸引眼球

不能盲目依赖
后台数据

界面复杂，玩家不知从何开始



比高端玩家多花 **3.48倍**

时间

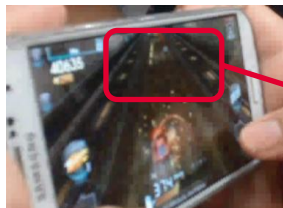




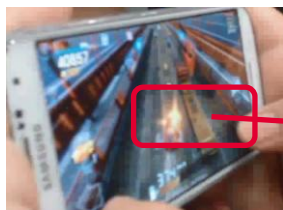
新玩法道具要有明确清楚的提示

道具提示不明确，影响玩家游戏体验

卡车出现

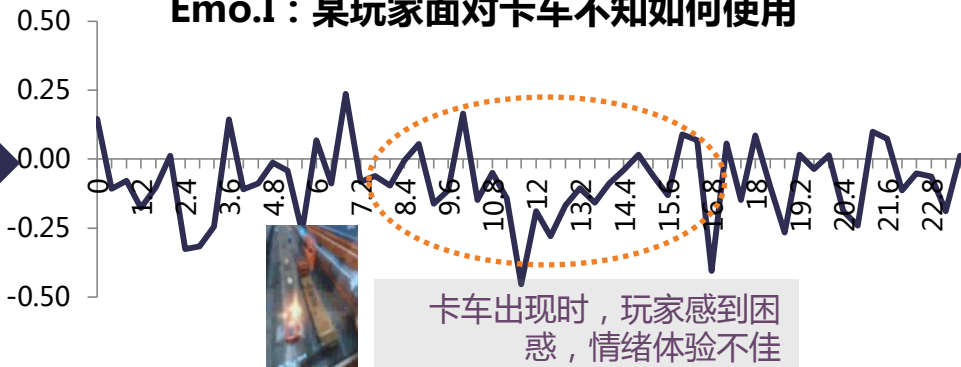


提示含糊不清，
60%的玩家不知
是什么？



50%的玩家不知
如何登车，选择直
接撞向卡车。

Emo.I : 某玩家面对卡车不知如何使用



天飞项目组：给予玩家明显的操控提示，让玩家快速掌握使用技巧

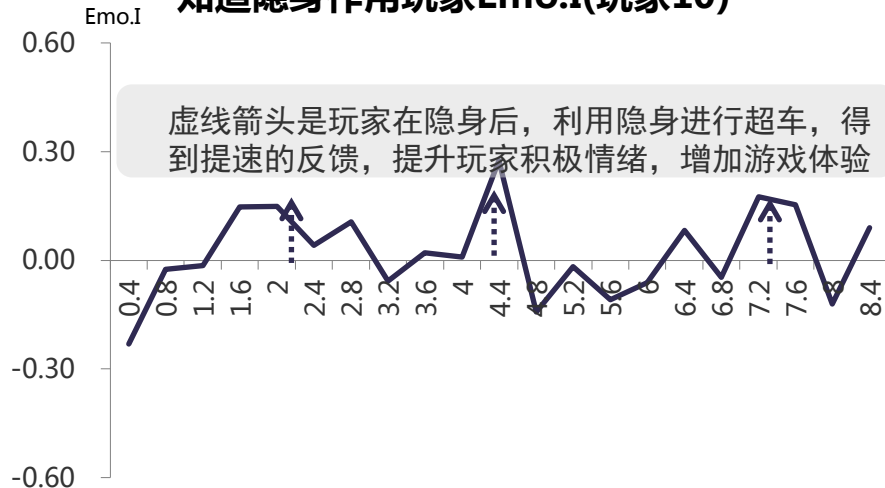
了解新玩法玩家情绪体验更佳

道具，会用与否的情绪体验区别

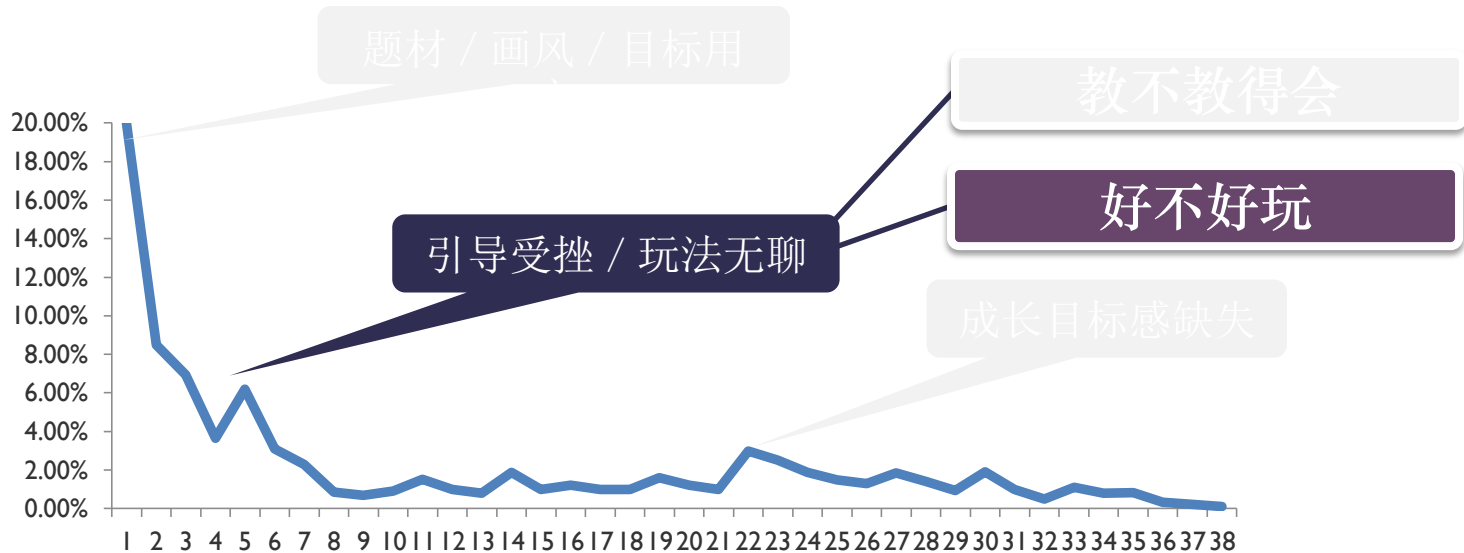
不知隐身作用玩家Emo.I(玩家20)



知道隐身作用玩家Emo.I(玩家10)



- 没有教学情况下，玩家都不太清楚车身颜色变化的效果是可以隐身，产生超车加速效果
- 只有**40%**玩家知道此道具效果，知道隐身作用的玩家，使用隐身穿越车辆可以提速加分，有较好的情绪体验
- 建议：**新手教学需告诉玩家此道具的作用，可以得到不断提速超车的反馈，增加游戏体验



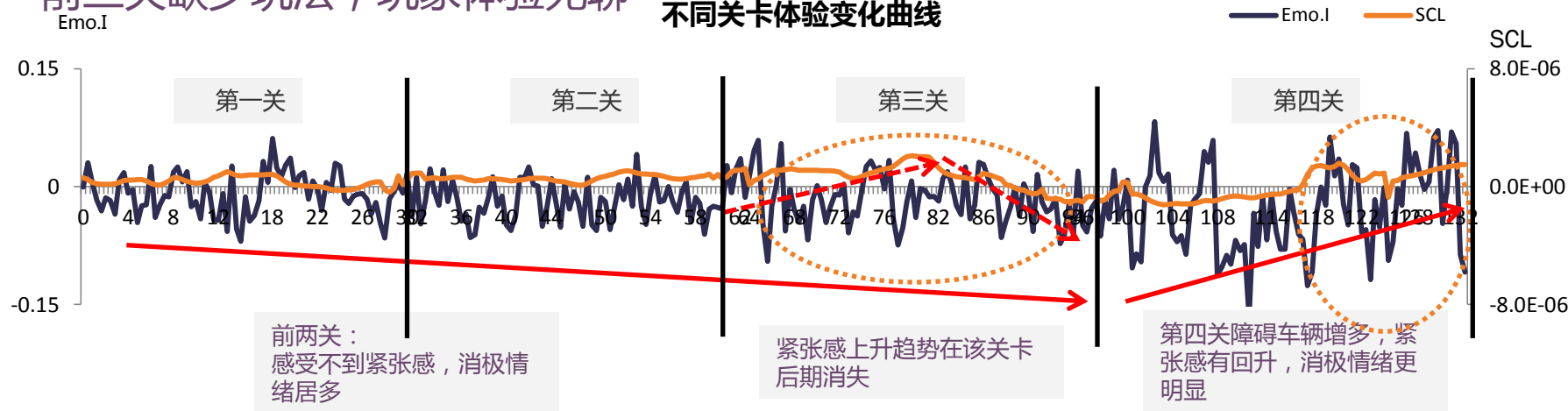
玩法好玩且多变，让新手时刻有新鲜感



玩法多变，才能让玩家保持积极体验

前三关缺少玩法，玩家体验无聊

不同关卡体验变化曲线



- 玩家体验：第一、二、三关中，车少、速度慢，缺少玩法 / 变数，玩家体验不佳
- 建议：**提高能激发玩家积极情绪体验的随机道具、玩法出现的频次

项目组：前3关增加随机玩法，小白也可体会到乐趣

1.助力道具设计：要尽兴

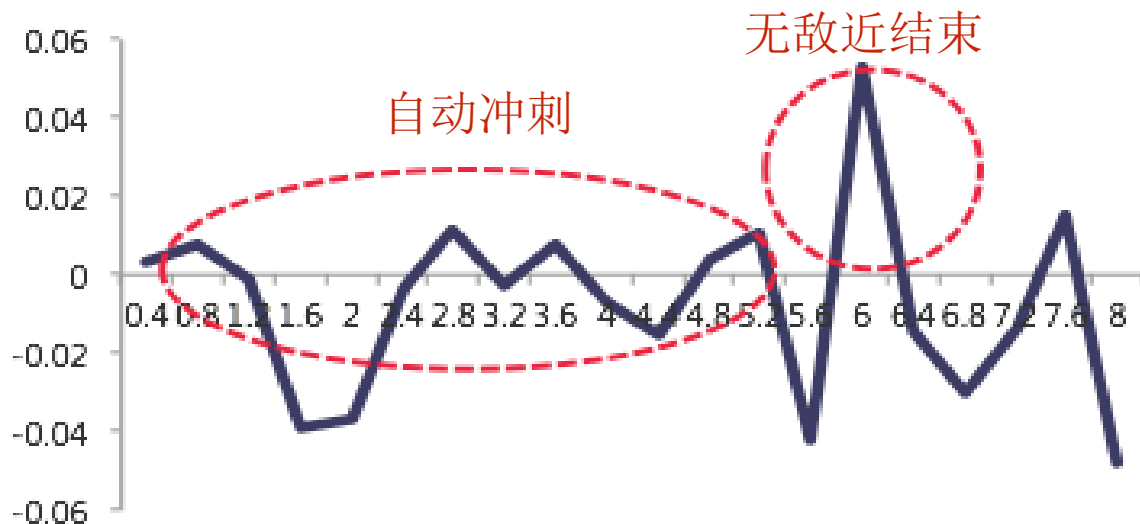


金币道具：无敌加速

神庙逃亡无敌加速道具Emo.I



无敌加速



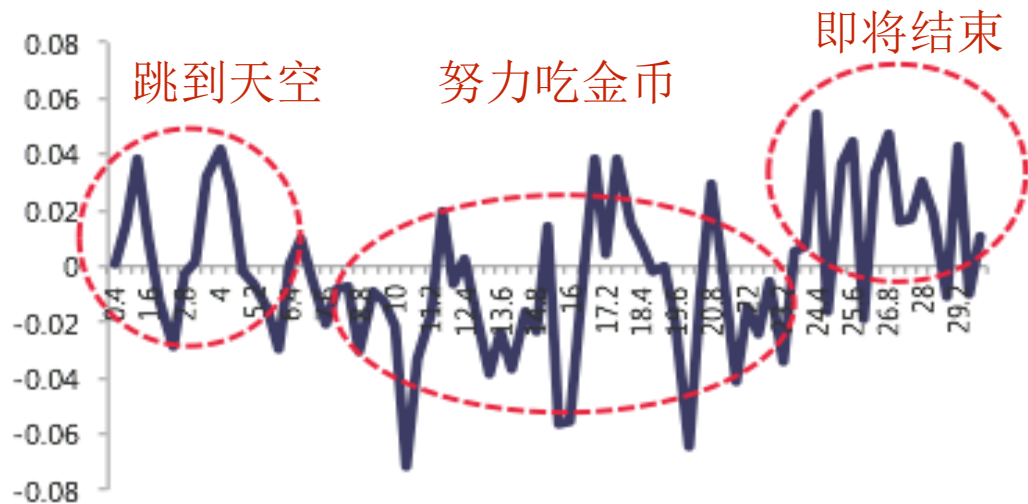
过程（自动冲刺）：玩家只需少量（不需）操作，快速增分，情绪平稳
快结束：冲刺带来积极情绪的成就感累积，带来积极情绪爆发

金币道具：飞行器



飞行器

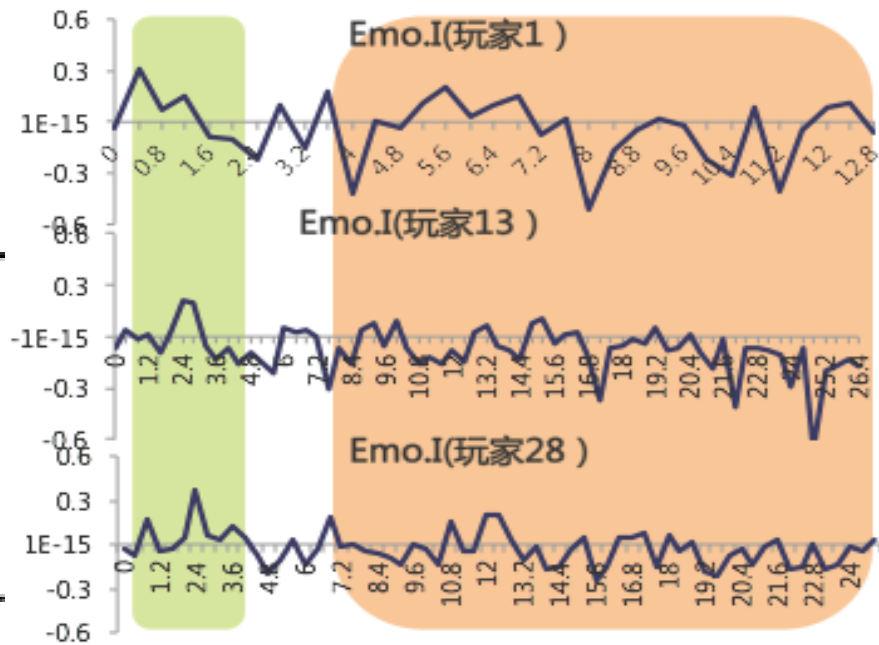
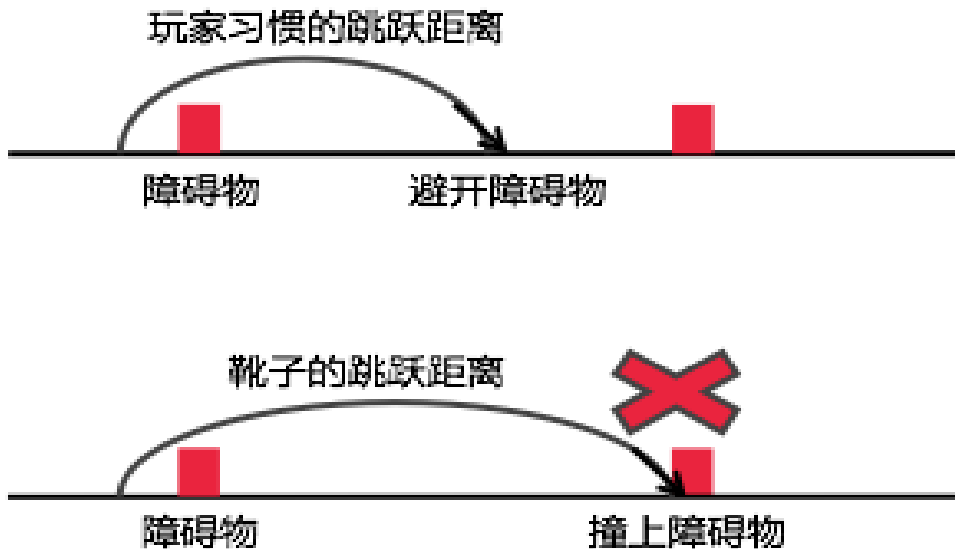
地铁跑酷飞行器道具Emo.I



过程：玩家需操作才能吃更多金币，消极情绪居多
快结束：冲刺带来积极情绪的成就感累积，带来积极情绪爆发



2. 玩法道具要符合玩家习惯

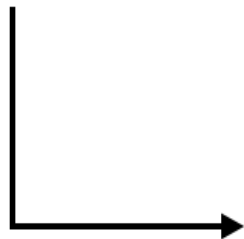


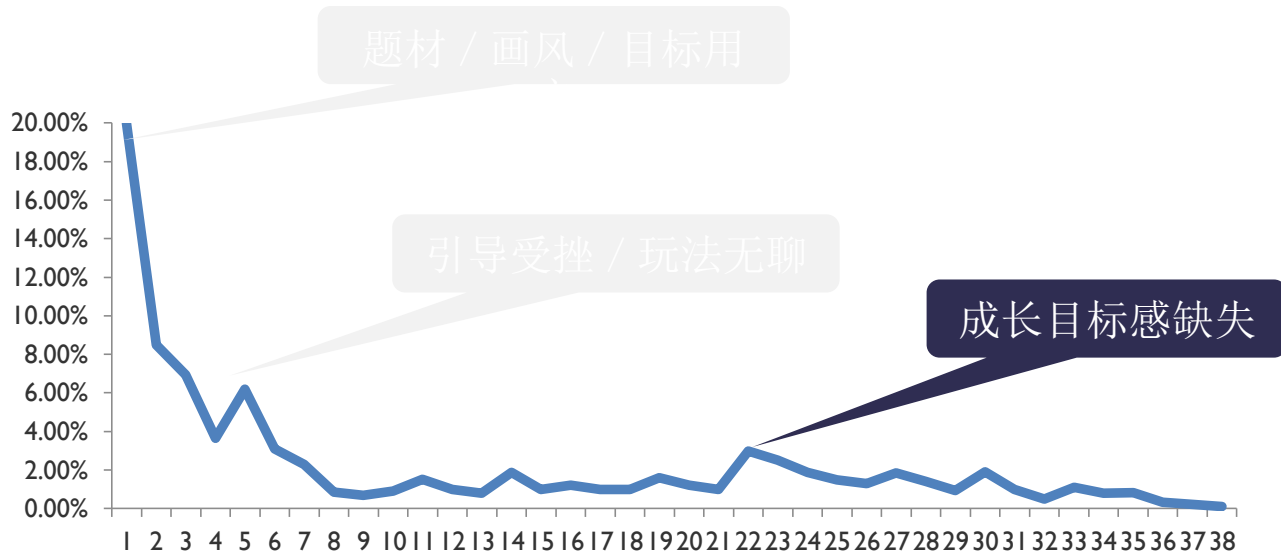
刚捡到
情绪佳

使用越久情绪越差，
最终讨厌该道具



Original





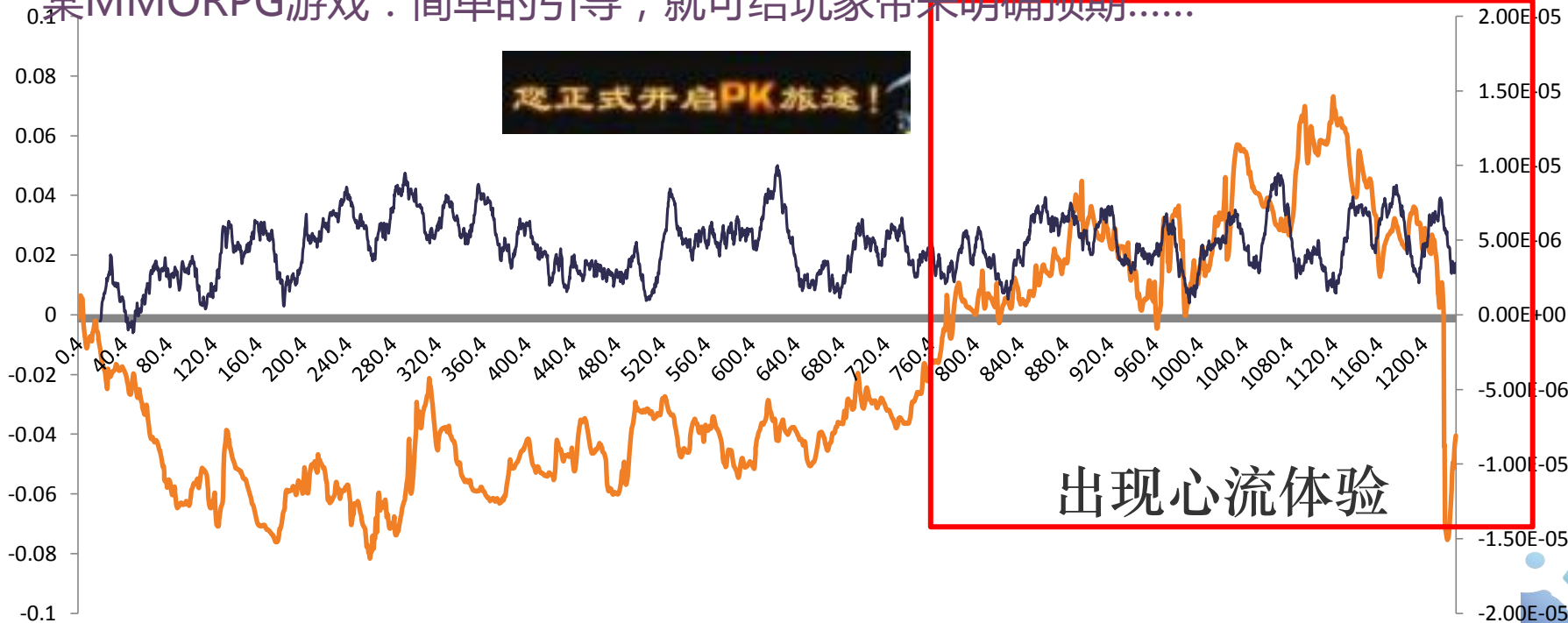
目标管理预期



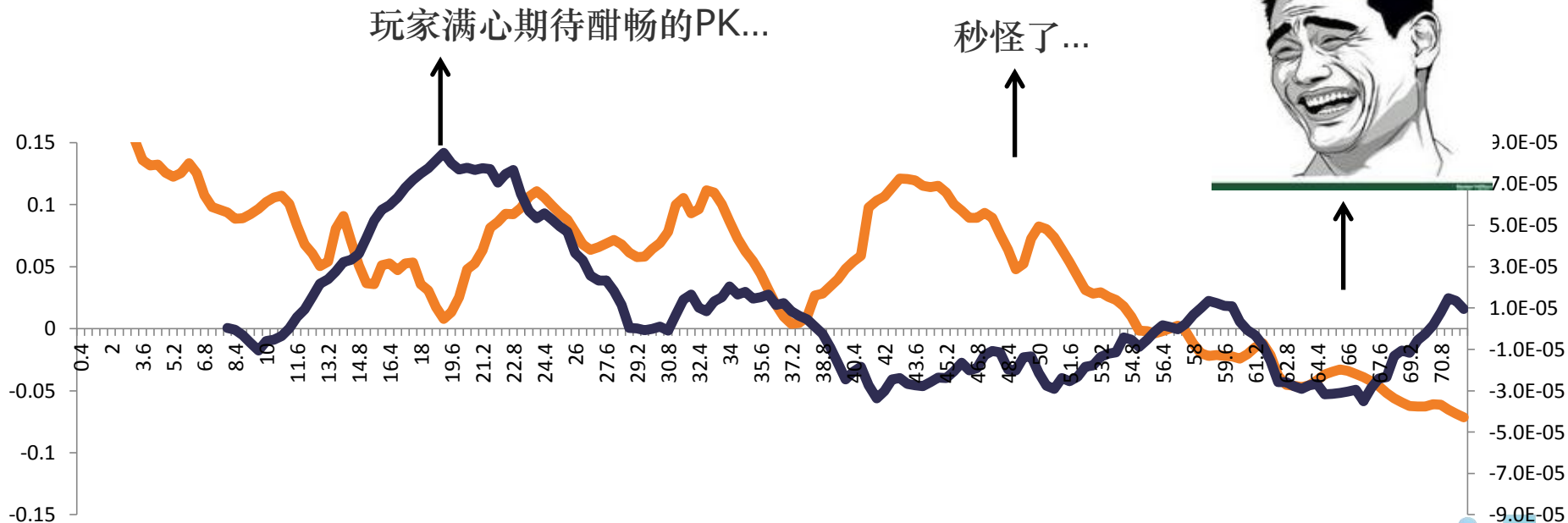
目标与反馈：符合玩家预期

达到心流需要给予明确的：目标与与反馈

某MMORPG游戏：简单的引导，就可给玩家带来明确预期.....



某MMORPG游戏：不符合玩家预期时.....



目标设置清晰，玩家获得更多成就感：

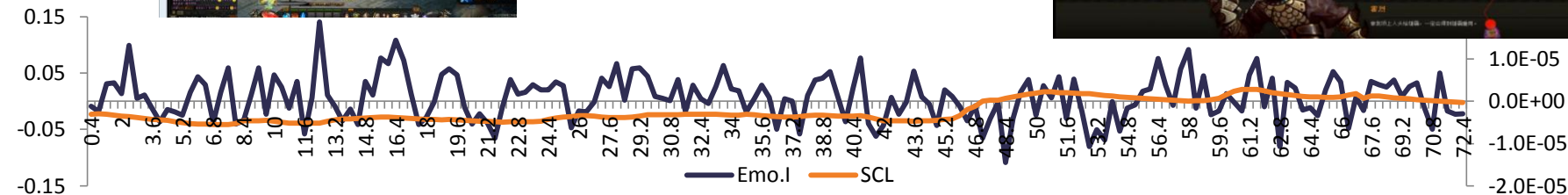


- 目标设置简洁明确，任务目的与人物的成长直接相关，任务完成时获得的成就感更高。

用剧情与任务结合达到预期管理

感人剧情有助于玩家越玩越high

Emo.I



第13级： 第14级： 第15级： 第16级： 第17级：
霍家是刺客 刺客首领任务 霍家后人对话 英勇就义 霍烈留言

- 13-17级是一个故事系列，完成的任务是连锁性质的，核心是围绕“霍家”
- 全程有提示保证剧情完整，且剧情契合风云故事设定，有助于玩家提升沉浸感

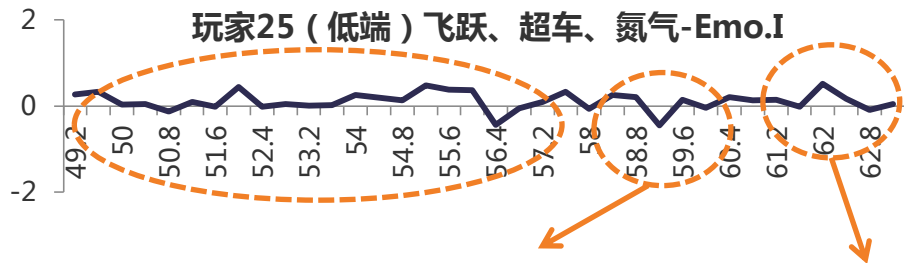
新手保护机制，助于提升留存率

水平差异大，低端玩家常处于不利局面，体验差 I

开放所有玩家一起竞速，低水平玩家易受虐，情绪体验为消极



玩家25 (低端) 飞跃、超车、氮气-Emo.I

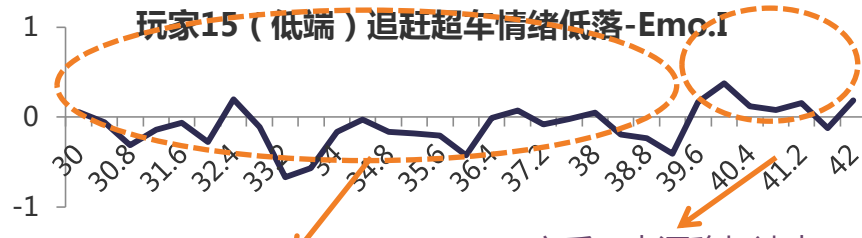


对手紧追不舍，最接近时玩家情绪低落

一度被超过去，很不爽

确定超回来后，用氮气加速摆脱，情绪上升

玩家15 (低端) 追赶超车情绪低落-Emo.I



追赶超车期间玩家紧张不已，情绪较低

之后一直漂移加速直到对手在后视镜消失，玩家情绪体验才回升

❶ 低端玩家只有完全确保领先时才有积极的情绪体验，大部分时间压力太大，体验不佳

水平差异大，玩家常处于不利局面，体验差 II

开放所有玩家一起竞速，低水平玩家易受虐，情绪体验为消极



低端玩家游戏体验：

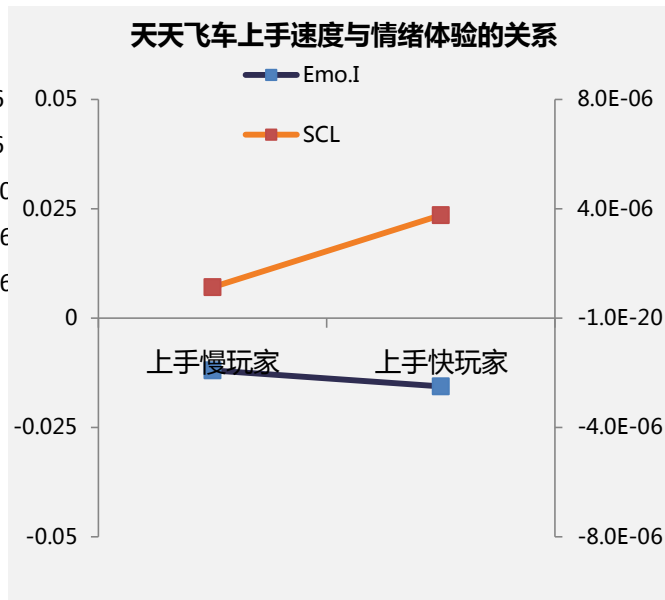
- 低端玩家各关卡挫败感很强
- 情绪极低体验是由于关卡对所有水平玩家开放
- 低端关卡中存在中高端玩家，低端玩家常处于落后或未完成的局面，体验差

项目组：

- 1) 完善匹配机制
- 2) 禁止中高端玩家进低端玩家游戏房间

跑酷游戏新手玩家上手快慢，导致不同的情绪体验：

新手玩家上手快，易获得更好的情绪体验



- 新手玩家上手速度的快慢，会影响到其对游戏的情绪体验，上手快，体验更好
- 跑酷游戏设计的易于上手，便于新手玩家有更好的体验

MARIOKART™ Wii



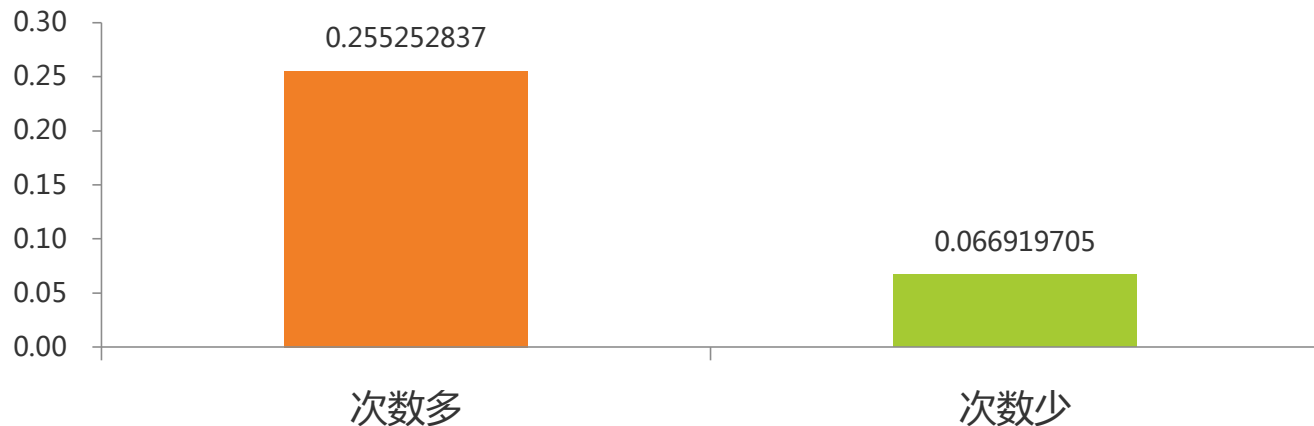
排在最后的玩家，可能得到最强道具
排在第一的玩家，会得到最弱的道具

降低重度游戏门槛，可有效拉新

核心玩法要易于掌握

低端玩家中，连招发出次数多的玩家，积极情绪体验高于发出次数少的玩家

Emo.I：低端玩家使用连招的情绪体验



- 💡 低端玩家：连招掌握更好的玩家，情绪体验更佳
- 💡 建议：简化招式按钮

简化操作



系统逐步开放

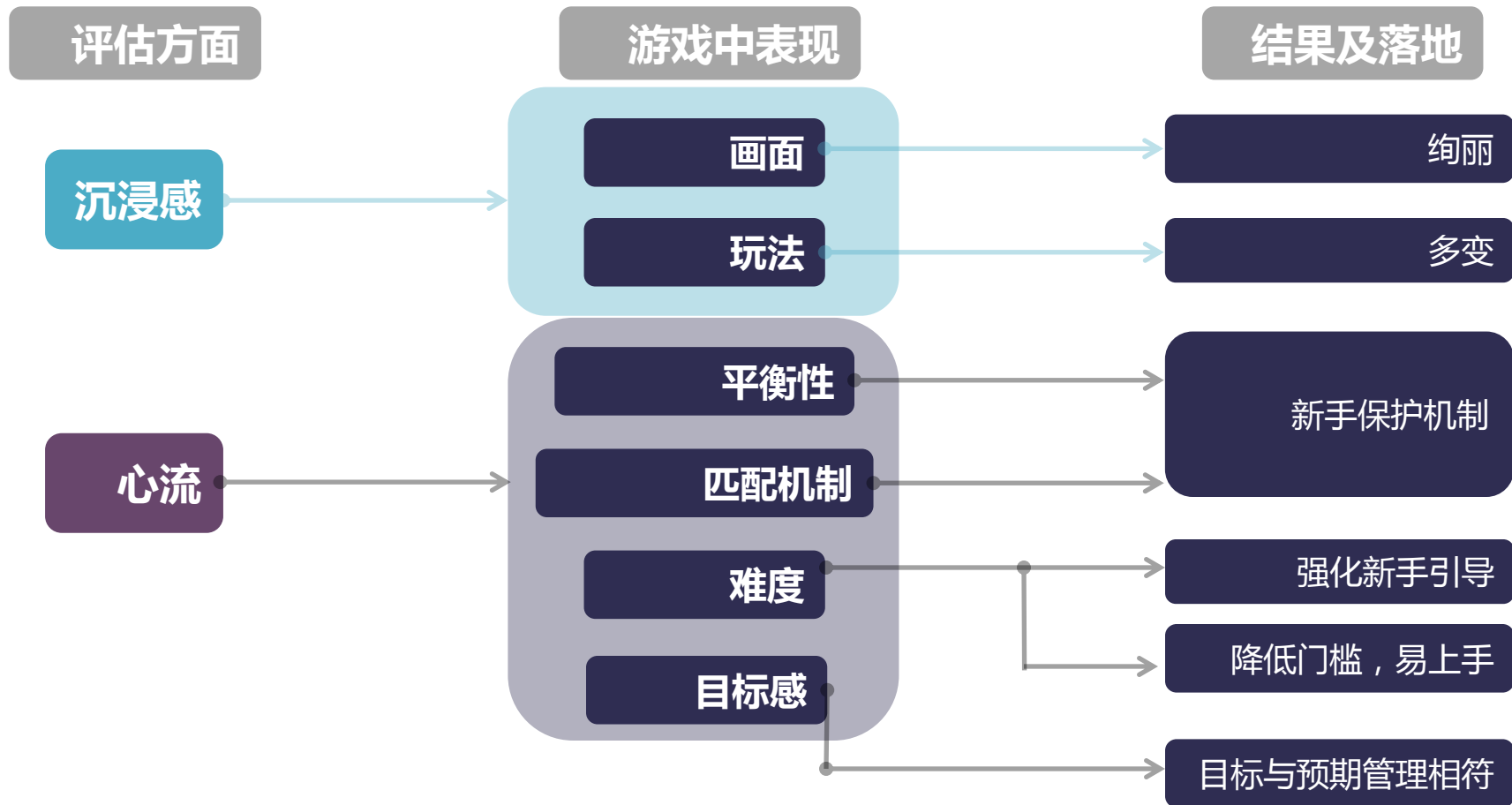
主导航栏逐级开放

初始状态：



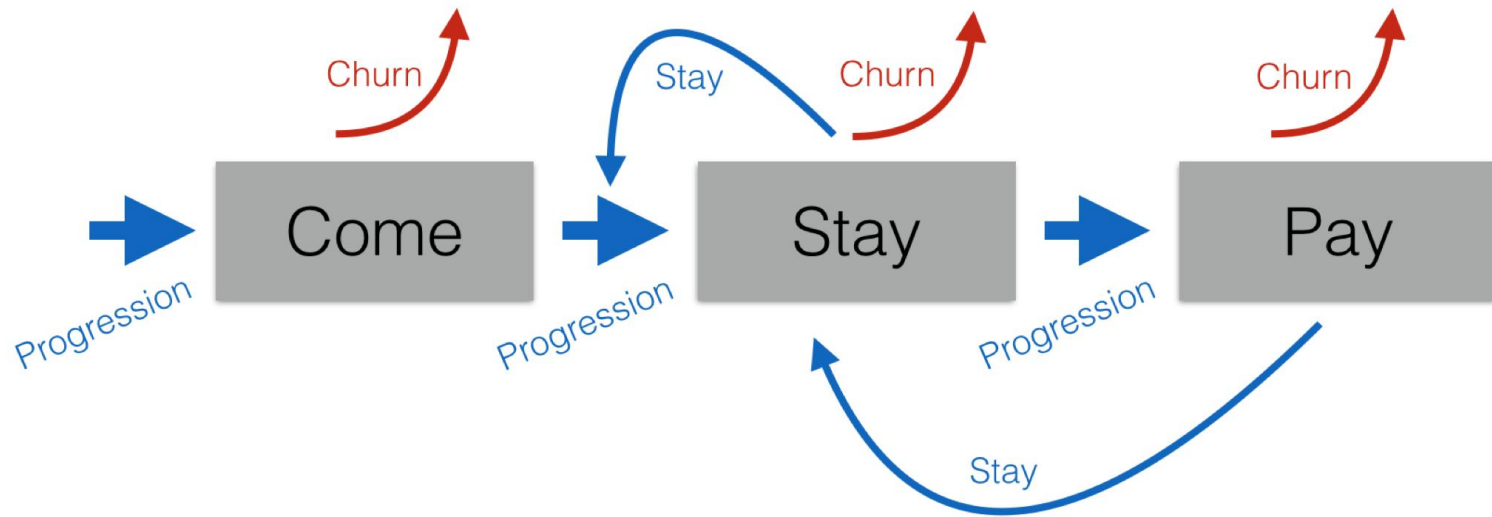
最终状态：





前期靠画面，后期靠机制





未完待续...

ruihong.tang@brain-intelligence.cn

THANK YOU & ANY QUESTIONS?

