



# REFERAT



## REFERAT AF DREAMGAMES NETVÆRKS MØDE MED VIRKSOMHEDSBESØG HOS CEGO D. 1. JUNI 2011

Game Designer Jimmy Marcus Larsen startede i onsdags dagens netværksmøde ud med at byde alle velkomne samt præsentere programmet. Han indledte med diverse fakta om virksomheden. CEGO har pt. 35 ansatte og er stadig voksende, og de ansattes funktioner strækker sig over en lang række områder lige fra spilprogrammører, webprogrammører, grafikere, lyddesignere, server ansvarlige, support og administration; alle placeret i huset i Kennedy Arkaden. CEGO laver selv alt deres indhold, og outsourcer altså ikke noget af deres arbejde. Dette betyder også, at der hver dag skal træffes beslutninger omkring op til flere spil.

Jimmy selv har været ansat hos CEGO siden 2007. Han begyndte i sin tid i et studiejob men blev derefter fastansat. Han arbejder til daglig med at komme på nye koncepter samt skabe prototyperne hertil. Derudover laver han forskelligt designarbejde, arbejde med game balancing samt med at teste spillene.

Efterfølgende opfordrede Jimmy de forskellige deltagere til at præsentere sig selv. Blandt de deltagende til mødet var der bl.a. en tidligere ansat fra Progressive Media, to repræsentanter fra virksomheden Ncourage, flere der søgte arbejde inden for bl.a. test og programmering, samt flere studerende som enten læste en spilrelevant uddannelse eller bare generelt interesserede sig for spil. Derudover var der en ansat fra Connect Denmark, som var interesseret i nogle spændende iværksætter-projekter, en datamatiker som ønskede sig et indblik i hverdagen som spildesigner eller programmør, og et par medialogistuderende fra greenhouse projektet i Bretteville.



### KOMOGVIND.DK

Dernæst gik Jimmy videre til en præsentation af CEGOs populære side [www.komogvind.dk](http://www.komogvind.dk), som er en side med såkaldte casual games, som lægger stort vægt på det sociale aspekt af at spille denne form for online spil. Der er bl.a. mulighed for at chatte under spillene, for at skrive til hinanden samt for at besøge andre spilleres profiler. Siden findes desuden ikke kun i Danmark men også i Tyskland, England, Frankrig, Holland og Norge.

Forretningsmodellen for komogvind.dk er en abonnementsform, hvor folk betaler 60 kroner om måneden for at kunne være premium spillere. Der findes gratis spil, som alle kan spille, men derudover er der altså også spil, som er specifikt til premium brugerne. VIP spillene, som de kaldes, er valgt ud fra, hvad CEGO mener, vil blive særligt populært.

Med hensyn til hvor mange brugere CEGO har, kunne Jimmy fortælle, at der er omkring 16.000 online, når de peker om aftenen, og de kan have over det dobbelte antal besøgende i løbet af dagen – især i forbindelse med lanceringen af nye spil, er der som regel flere online end ellers. CEGO har efterhånden over 50 spil bag sig, dog er det ikke dem alle sammen, der er tilgængelige på siden længere. Alene i 2010 blev der lanceret 7 nye spil.



# REFERAT AF DREAMGAMES NETVÆRKS MØDE MED VIRKSOMHEDSBESØG HOS CEGO D. 1. JUNI 2011



## RUNDVISNING

Efter præsentationen af virksomheden stod den på en hurtig rundvisning, som blandt andet lagde vejen forbi det nye 'Fun-room', hvor der ville blive mulighed for at de ansatte kunne slappe af med en række underholdende indslag – bl.a. en flippermaskine og et poolbord. Derudover så vi CEGOs 'Wall of fame', som bestod af billeder fra stort set alle deres spil.



## SPILUDVIKLING

Når et spil udvikles, deles det op i tre faser:

### FØRSTE FASE

Den første fase er konceptudviklingsfasen. Her har man en lang liste over ideer, hvoraf der dog kun er tid til at lave få, eftersom det kan tage helt op til et halvt år at udvikle et spil. Beslutningen, om hvilket spil der skal laves, bliver taget af fem udvalgte personer. Cirka en gang om måneden afholdes der et møde, hvor de taler om, hvad der skal laves i fremtiden, men det kan sagtens ændre sig igen, hvis der dukker andre ideer op. Her vælger man sommetider at lave en konkret prototype af spillene, for på den måde bedre at kunne finde ud af, hvilke spil der vil fungere samt hvordan. Rent praktisk tager CEGO typisk et allerede kendt spil (f.eks. yatzy), og laver deres egen udgave af det, som regel med en form for tema (f.eks. indianer tema). På den måde får de tilføjet deres eget lag til spil, som brugerne allerede kender. Målgruppen bliver tænkt meget ind i spillene helt fra den begyndende fase. Eksempelvis kan tidspress være en ting som ikke alle brugere tager lige godt imod, og derfor er det noget CEGO i et vist omfang undgår i deres spil.



### ANDEN FASE

Den næste fase er design- og udviklingsfasen, hvor man først arbejder med tema og mekanik. Man følger her den plan, som blev udviklet i konceptfasen. Mange af spillene (som f.eks. enarmet tyveknægt) har en grad af tilfældighed, men man er også nødt til at kontrollere tilfældighedsgraden, for at brugeren kan føle, at udfaldet i et vist omfang er fair. Sværhedsgraden af spillet skal også udvikle sig undervejs, men også her er det vigtigt, at man finder den helt rette balance, så spillet ikke pludseligt bliver markant sværere. Dette er derfor noget, man designer konkrete kurver over, så sværhedsgraden kan stige eksponentielt. Belønningen er ligeledes vigtig, for spilleren skal kunne se, at de, hvis de bliver ved med at spille i f.eks. ti minutter mere, når et vist mål eller får en form for belønning. Dette vil virke som en motivationsfaktor for dem og fastholde dem på siden.

### TREDJE FASE

Den sidste fase er lanceringen, og som nævnt er lanceringen af et nyt spil som regel noget, der trækker mange spillere til.





## REFERAT AF DREAMGAMES NETVÆRKS MØDE MED VIRKSOMHEDSBESØG HOS CEGO D. 1. JUNI 2011



### OM KOM-OG-VIND SPILLENE

CEGO giver desuden også deres brugere mulighed for at generere deres eget indhold. Eksempelvis lader de brugerne producere deres egne ekstra baner til spil, hvilket gør dem mere populære og igen fastholder spillerne længere. Denne funktion blev så populær, at der, det første halve år hvor dette var muligt, blev lavet mere end 1 bane i minuttet. Folk får desuden en præmie som en tak for hjælpen, hvis de får udgivet en bane.

Som nævnt er der i spillene en chatfunktion, som er et vigtigt socialt element. Den betyder, at brugerne kan snakke med andre ligesindede og dele deres tanker om spillene samt rose hinanden. Men her er det også netop relevant at spillene er 'casual'; man skal kunne spille og chatte på samme tid, og er der eksempelvis lagt for meget vægt på, at man skal gennemføre spillet inden tiden løber ud, så er dette ikke muligt.

De fleste af spillene giver spilleren mulighed for at samle point eller poletter, som kan bruges til lodder, som man kan vinde forskellige præmier for. Tidligere var der mulighed for at tjene penge, men nu har man også givet spillerne mulighed for at deltage i en lodtrækning om en række forskellige ting, hvilket mange spillere sætter stor pris på. I den forbindelse er der nogle ret stramme regler for, hvor mange poletter man må kunne tjene på hvert spil; eksempelvis må man ikke give VIP brugerne mulighed for at tjene flere poletter end de almindelige spillere. Alle spil skal altså kunne give det samme polet-udfald.

Selvom nogle af spillene er ret tilfældige, er det alligevel ikke mere tilfældigt, end at man som spiller, hvis man mangler en helt speciel brik, og omstændighederne ellers er på en særlig (gunstig) måde, får netop denne brik, således at man ikke mister motivationen for at spille videre. I forbindelse med spillet 'Yatzy Stars' brugte man en del game analytics i forbindelse med udviklingen (å la de metrics som Aki talte om ved sidste Dreamgames netværksmøde). Man kunne således finde frem til, hvordan man bedre forklarede folk, hvordan de skulle få mange point. Spillet udviklede sig derved fra at være meget strategisk til at være meget simpelt, og kom således til at henvende sig mere til den givne målgruppe.

Afslutningsvis stod den traditionen tro på sandwiches, sodavand og networking, hvor samtalen om virksomheden og spillene fortsatte.

**Husk at Bretteville åbner dørene til fredagsbar fredag d.10.juni, hvor der for kun 20 kroner er fri bar! - det sker fra kl.15 på Brettevillesgade 14, 9000 Aalborg.**