Vampire
the Masquerade

SAPIENZA UNIVERSITÀ DI ROMA
FACOLTÀ DI SCIENZE DELLA COMUNICAZIONE
CORSO DI EDITORIA MULTIMEDIALE PROF. VALERIO ELETTI

Vampire: The Requiem "for dummies"

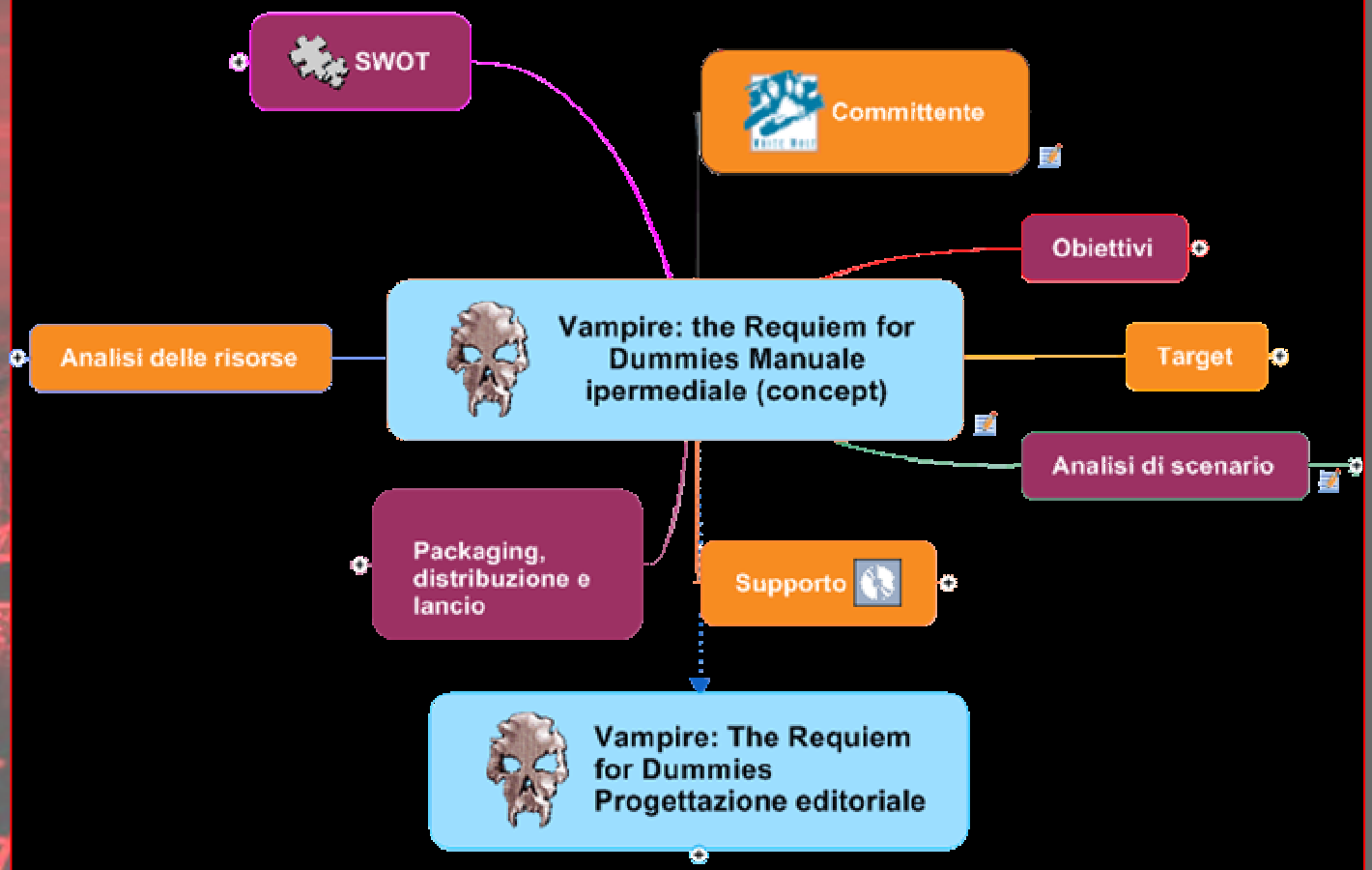
MANUALE IPERMEDIALE

DI ROBETO FERRARI, SONIA MENDOLA, LORENZO ORLANDO, ROBERTA SANZANI

IPERMEDIALAB s.r.l.

Proposta

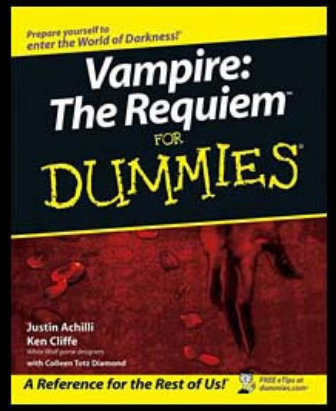
Mappa concettuale



1 Concept

- L'idea di IPERMEDIALAB s.r.l., società di sviluppo di prodotti multimediali, è quella di creare un manuale ipermediale per il role plaiyng game edito dalla WHITE WOLF, "Vampire: The Requiem", rivolto a chi non ha mai giocato o è ancora inesperto.

- Il prodotto verrà allegato, con un opportuno sovrapprezzo, a "Vampire: The requiem for Dummies", libro recentemente pubblicato, per conto della WHITE WOLF, da edizioni "For Dummies".



2 obiettivi

•DELL'AZIENDA:

IPERMEDIALAB è un'azienda appena nata che ha desidera affermarsi sul mercato dei prodotti multimediali e della comunicazione digitale. Oltre alla creazione di un ritorno economico, il progetto ha quindi l'obiettivo di creare per l'azienda un'opportunità di inserimento nel suddetto mercato.

•DEL COMMITTENTE:

Il nostro committente è la WHITE WOLF. Si pone come obiettivo di sperimentare le potenzialità editoria digitale per avvicinare le nuove generazioni ai suoi prodotti. Ciò nella speranza di ampliare il mercato verso una più bassa fascia d'età, e ravvivare le vendite, finora inferiori rispetto al precedente sistema di gioco (Vampire: The Masquerade).

•EDITORIALI:

L'opera si propone di facilitare l'accesso al gioco di ruolo da parte degli utenti inesperti, riducendo notevolmente le energie spese nello studio delle regole – spesso barriera alla sperimentazione del gioco di ruolo. A tal fine si utilizza il linguaggio audiovisivo, più coinvolgente e adeguato a calarsi completamente nel giusto stato mentale per poter "recitare una parte" nel "Mondo di tenebra".

3 Target

Target Primario:

Giovani dai 16 ai 25 anni, di entrambi i sessi, con un elevato livello di competenza tecnologia, che spendono molto del loro tempo libero alla fruizione dei new media, preferendo un videogame a un libro.

Target Secondario:

- i negozianti che possono consigliare il prodotto ai loro clienti al fine di allargare il numero di giocatori per motivi di incremento della clientela

- giocatori più esperti che possono consigliare ai novizi l'uso del CD-ROM per calarsi nel gioco al fine di trovare nuovi compagni di gioco. Inoltre, anche i giocatori più accaniti potrebbero essere ben disposti ad acquistare anche il CD-ROM, a puro scopo di collezionismo.

4 Analisi di mercato

Analisi del settore e del mercato

- Presenza di un mercato di nicchia concentrato in mano a pochi (tra cui la White Wolf)
- Calo delle vendite del settore giochi di ruolo, fallimento di molti editori e chiusura di molti negozi specializzati
- Crisi della lettura giovanile soprattutto a causa della riduzione del tempo libero con la comparsa dei new media e altre nuove forme di intrattenimento
- Necessità di utilizzare nuovi linguaggi più accattivanti, coinvolgenti e immediati, competitivi con i videogame e i MMORPG.
- Riduzione delle vendite di "Vampire The Requiem" rispetto ai sistemi precedenti
- Necessità di avvicinare anche le fasce di età più basse al "Mondo di tenebra", come è successo per D & D.
- Vasto utilizzo del file sharing per reperire i manuali (la pirateria non è salutare per far vivere un mercato così piccolo).

In definitiva: in un mercato in cui si tende a preferire il gioco immediato e meno impegnativo, il GdR ha bisogno di innovarsi e di essere riposizionato, sfruttando soprattutto le potenzialità del digitale.

4 Analisi di scenario

HANNO DETTO CHE….

Citaz. dal forum il 5°Clone - dedicato a GdR

"Ormai scarseggiano giocatori e DM, alcuni negozi di articoli per D&D chiudono, per citarne uno il Dragon-Store vicino a Termini . […] qui a Roma c'è un calo di interesse mostruoso e noto anche una discesa della qualità dei giocatori e dei DM. […]Molti di voi diranno che soltanto un periodo momentaneo, ma ne siamo proprio sicuri? Non dico che succederanno cose catastrofiche ma ho la paura che arriverà un momento in cui trovare dei giocatori e DM sarà molto difficile." (Nefasto)

"Giocatori che scarseggiano? Bisogna solo far conoscere il GdR e vedrete che i giocatori spunteranno fuori come funghi. Nella mia zona dal nulla ho tirato fuori una decina di giocatori che a loro volta hanno fatto conoscere D&D ad altri amici e […] ora nella mia zona ci sono 3 gruppi di D&D" (Ferynur)

"Per quanto riguarda il mercato dei manuali ed il discorso relativo ai negozi che chiudono sia ne più ne meno legato alla situazione economica in Italia, non chiudono solo i negozi di d&d, e poi c'è da dire che molti ma molti utilizzano il file sharing per avere tutti i manuali." (iisilon)

"La generazione di giocatori è cambiata e, con essa, lo stile di vita e l'approccio al tempo libero: è ora che cambi anche il gioco. Dopotutto, si inizia a giocare verso i 15-16 anni, e chi ha quell'età ora era alle elementari all'epoca della Terza Edizione. È normale, e anche giusto, che nasca un nuovo gioco/sistema che tenga conto di queste persone e delle loro esigenze, del loro stile e di come loro intendono il gioco, anche perchè sono la fetta più grande del mercato. Noi, bene o male, siamo "mercato acquisito" e resteremo nel giro in qualunque modo." (Erudito)

Analisi dei benchmark

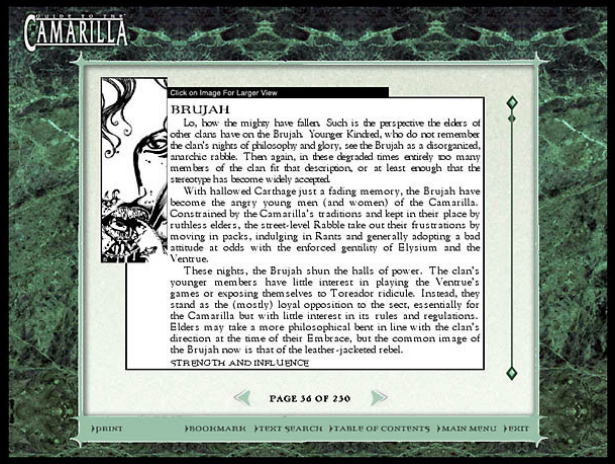
Osservando in panorama competitivo, non si rileva la presenza di prodotti concorrenziali con quello da noi proposto. Infatti, gli unici tentativi digitali riguardanti il role playing game rinvenuti sono:

- Rare produzioni di “tutorial”, effettuate a livello amatoriale da alcuni giocatori: appaiono come semplici presentazioni in Power Point, prive di interattività e povere di contenuti multimediali, le quali forniscono solo delle linee guida su come giocare (es. Le spire del drago).

4 Analisi di mercato

Analisi dei benchmark

Anche la WHITE WOLF ha tentato l'esperienza con il CD-Rom *"Vampire: The Masquerade CD Reference Guide and Character Generator"*, in vendita sul suo sito al costo di 49,95$. Totalmente privo di contenuti multimediali e di interattività, si presenta come una deludente riproduzione su Cd-ROM dei manuali del gioco. Ciò indica però la predisposizione dell'editore nei confronti del multimediale.



L'assenza di *best practices* determina un vuoto di mercato che IPERMEDIALAB s.r.l. è in grado di colmare grazie alle professionalità di cui dispone la società.

5 supporto

Perchè un CD-ROM?

Il prodotto è concepito come manuale multimediale in CD-ROM che l'utente può navigare prima di inoltrarsi nella lettura dei manuali cartacei. La scelta di tale supporto è stata determinata principalmente dalla sua possibilità di sfruttare il linguaggio audiovisivo: più immediato di quello del libro cartaceo, poiché il cambiamento degli stili di vita e la sempre crescente pervasività dei media hanno ridotto la predisposizione delle nuove generazioni alla lettura.

Altri punti di forza del CD-ROM rispetto al libro:

- Elevata capienza
- Fruizione personale, ma spesso non solitaria
- Accesso all'informazione veloce, facilitato da *link* e motori di ricerca
- Elevata interattività tra utente e supporto
- Sintesi e stratificazione dei contenuti
- Percorsi di lettura molteplici e personalizzabili

5 supporto

Punti di forza del CD-ROM rispetto al Web:

- Supporto tangibile
- Non necessita di una connessione ad Internet
- Possibilità di salvare le informazioni
- Migliore fruibilità di contenuti audio-video
- Numero finito di percorsi di lettura

Punti di debolezza del CD-ROM:

- Necessità di un supporto tecnologico per la lettura
- Stabilità dei contenuti, non aggiornabili e sintetizzati
- Affidabilità condizionata dalla complessità HW e SW
- Assenza di interattività utente-utente tipica del Web
- Intangibilità delle informazioni: hanno natura virtuale e sono percepibili solo attraverso un supporto visualizzatore

ATTENZIONE

Una precisazione

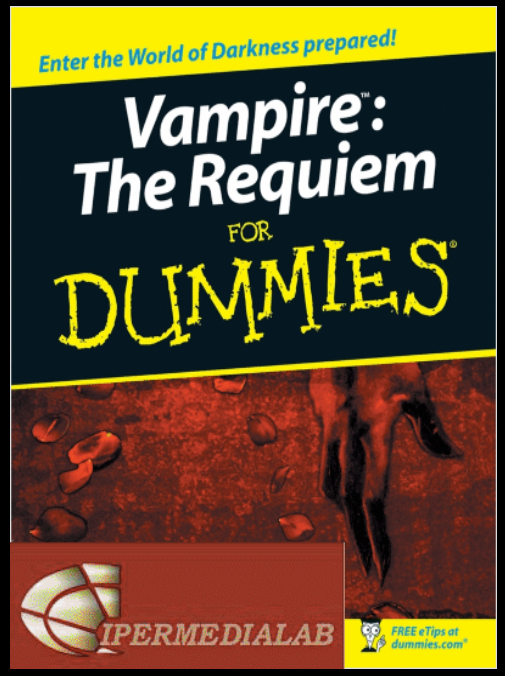
- Il CD-ROM non è ideato come prodotto sostitutivo dei manuali cartacei di giochi di ruolo, bensì come speculare ad essi. Il prodotto si propone di illustrare in maniera semplificata il contenuto dei manuali, puntando sull'utilizzo di filmati di esempio, interviste ai giocatori e voci guida, al fine di fornire all'utente inesperto una visione concreta e intuitiva del gioco di ruolo.
- Si tratta di un primo step per addentrarsi in maniera immediata nell'universo di gioco.
- Al manuale classico, invece, rimangono le qualità di:
  - completezza dei contenuti, poiché consente l'approfondimento degli argomenti
  - possibilità di razionalizzare tempi e modalità di consultazione
  - collezionabilità del prodotto
  - valore del possesso fisico del supporto: diventa uno status symbol indipendentemente dal valore d'uso dei contenuti

6 Packaging

Il Packaging

Il CD-ROM verrà presentato in due versioni:

- Una blisterata, allegata al manuale in terza di copertina.



6 Packaging

Una confezione più pregiata in digipack, fustellata a forma di bara, per la vendita separata dal manuale, lungo il canale dei negozi specializzati. A questa è addizionata:

- una versione .pdf dei manuali base,
- un set completo di dadi
- una T-Shirt (facenti parte dell'attuale catalogo WHITE WOLF).

Questa versione sarà prodotta a tiratura limitata di 100 esemplari, perchè diretta ai collezionisti.

6 Distribuzione

Definizione dei canali distributivi

Al fine di colpire il *target* di riferimento, il prodotto di IPERMEDIALAB s.r.l. deve essere diffuso attraverso svariati canali distributivi. Oltre che del canale *on-line*, ci si potrebbe avvalere del mercato italiano come "mercato di prova", utilizzando i seguenti canali di distribuzione:

- Librerie, fumetterie, negozi di *videogame* e Media World, nella versione allegata al libro "Vampire: The Requiem for Dummies".
- Vendita *on-line* su Amazon.com e similari, nella versione allegata al libro "Vampire: The Requiem for Dummies".
- Negozi specializzati in GdR, anche in "confezione speciale" separata dal libro, provvista di *gadget* e di una versione pdf dei manuali base, e prodotta a tiratura limitata di 100 esemplari per i collezionisti.
- Sito WHITE WOLF: i contenuti del titolo *off-line* saranno accessibili anche dal sito Web della WHITE WOLF attraverso un apposito *download*, ad un prezzo ridotto.

6 Promozione

Lancio e promozione

- Presentazione del prodotto al Lucca Comics & Games (sezione "Lucca Multimedia") l'1 Novembre 2007.
- Invio di lettere commerciali ai negozianti specializzati (1200 in Italia) con incluso un codice che consente di scaricare, dal sito della White Wolf, una copia del manuale per visionarla.In tal modo il negoziante sarà maggiormente propenso a consigliare il prodotto ai suoi clienti.
- Campagna di community marketing sui forum dedicati a "Mondo di Tenebra" e ai giochi di ruolo in genere (es. Camarilla Italia).
- Diffusione di redazionali su:
  - Siti e riviste specializzate (es. Excalibur)
  - Siti e riviste generiche dedicate al gioco (es. Crom, Rune, GiocAreA, Agonistika News)
  - Siti e riviste per videogame (es. The games machine) con allegata una video-presentazione del prodotto. Quest'ultima verrà inserita anche su portali, quali *YouTube*, con l'opzione "invia ad un amico" che ne consenta la diffusione virale su tutta la Rete.

7 Risorse

Risorse umane

Le professionalità necessaria alla realizzazione operativa e alla gestione dei contenuti sono:

- 1 *account*
- 1 *project manager*
- 1 *art director*
- 1 grafico esecutivo
- 1 aiutante grafico
- 1 caporedattore
- 2 redattori/correttori di bozze
- 1 responsabile audio-video
- 1 specialista del *software*

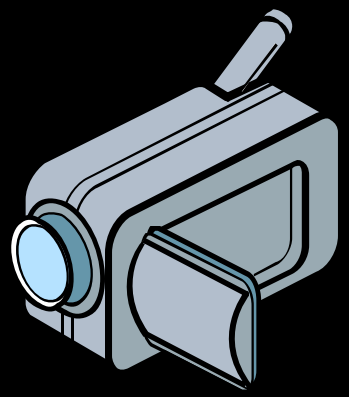
Per i *test* finali di funzionalità sarà necessario rivolgersi ad una società esterna.

7 Risorse

Risorse materiali

I contenuti si suddivideranno in testo, immagini, animazioni e pillole audio-video, che verranno in parte forniti del committente e in parte prodotti da IPERMEDIALAB s.r.l.

Vantaggio: notevole risparmio di tempo ed economico perché il materiale non dovrà essere creato ex-novo, ma sarà per la maggior parte prelevato da quello già esistente per la produzione dei manuali e dei videogame della WHITE WOLF.



7 Risorse

Risorse economiche

- Vanno considerate le spese relative a:
  - giornate/uomo
  - quota per copia dei costi fissi derivanti dalla produzione editoriale e industriale
  - pellicola per il cartaceo, serigrafia e costo del *blister/package*
  - stampa delle copie e il bollino SIAE
  - società *test* di funzionalità e società traduzione
  - trasporto e l'immagazzinaggio del prodotto

- Per i diritti d'autore, gli unici diritti da pagare sono quelli relativi al *software*. Il problema è risolvibile mediante l'acquisto della licenza e la citazione in copertina del nome del proprietario.

- Non sono previsti costi particolarmente importanti per la realizzazione dell'*alpha release*, la *beta release*, il *master candidate* e il *glass master*.

- Per quanto riguarda i costi della campagna di lancio, questi vengono inclusi nella preventivo proposto da IPERMEDIALAB s.r.l. con un notevole sconto.

7 Risorse

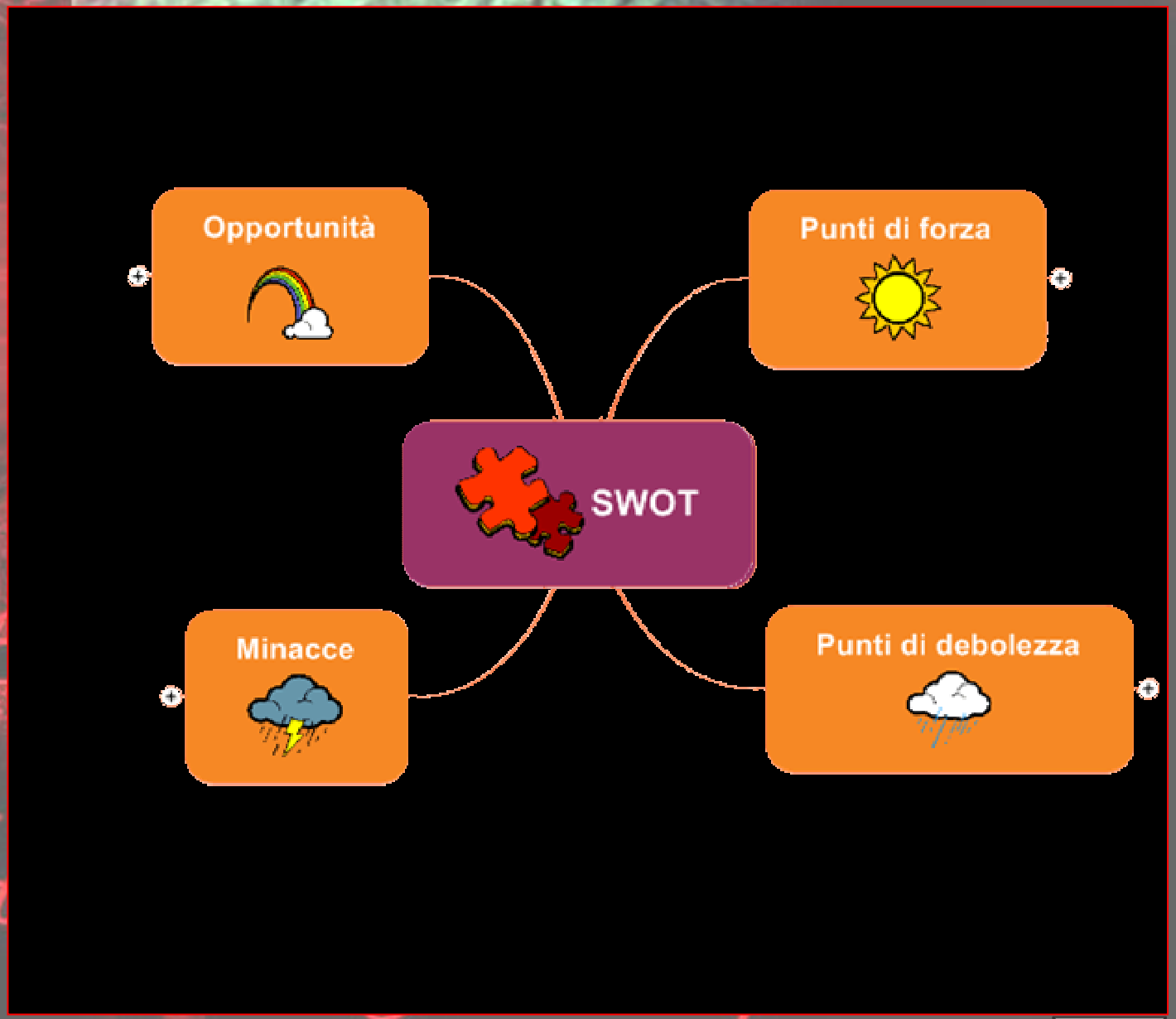
Tempi

L'inizio dei lavori coinciderà con la firma del contratto.

- Entro un mese sarà terminate l'alfa release e le pellicole per il packaging.
- In settembre si avvieranno debugging e test di funzionalità sul pre-master, modo tale che il master sia pronto per la stampa.

La presentazione del prodotto in Italia avverrà l'1 Novembre 2007 al Lucca Comics & Game. La data scelta gode di una predisposizione mentale del pubblico nei confronti del tema horror, per la vicinanza alla festa di Halloween (soprattutto in USA) e alla commemorazione dei defunti.

8 SWOT


Opportunità
Punti di forza
SWOT
Minacce
Punti di debolezza

9 Progettazione

Vampire: The Requiem for Dummies
Progettazione editoriale

- Progettazione della struttura
  - Diagramma a blocchi
  - Flow chart
- Progettazione dell'interfaccia
  - Design logico-funzionale
  - Design estetico-comunicazionale

Team

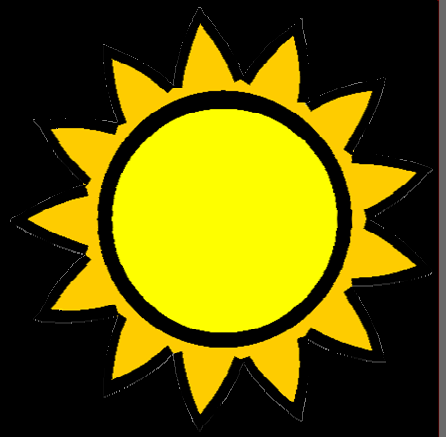
- **Sonia Mendola:** Marketing, site watching, benchmark, relativa relazione e presentazione ppt per il cliente
- **Lorenzo Orlando:** Strutturazione dei contenuti e relativa relazione, redazione contenuti prototipo e montaggio video
- **Roberta Sanzani:** Definizione flow chart, interfaccia funzionale e relativa relazione
- **Roberto Ferrari:** Ideazione e realizzazione interfaccia grafica e sviluppo software

Grazie per
l'attenzione ☺

8 SWOT

PUNTI DI FORZA

- Originalità e unicità del prodotto
- Linguaggio audio-video e ipermedialità
- Nessun problema di aggiornamento
- Collezionabilità
- Possibilità di produrre una collana
- Committente in possesso di molte risorse materiali
- Possibilità di sfruttare i canali distributivi del committente
- Promozione prodotta dalle risorse interne di IPERMEDIALAB
- Possibilità download dal sito della WHITE WOLF



8 SWOT

PUNTI DI DEBOLEZZA

- Diffidenza di rivenditori e distributori
- Budget disponibile ridotto
- Impossibilità di sfruttare il canale edicola
- Possibile diffusione illegale peer to peer
- Brand equity dello sviluppatore da consolidare e ridotta esperienza nel settore
- Riduzione delle vendite di “Vampire: The Requiem” rispetto ai sistemi di gioco precedenti
- Necessità di rivolgersi ad un’azienda esterna per i test di funzionalità e per la traduzione dei contenuti in più lingue

8 SWOT

OPPORTUNITÁ

- Domanda non soddisfatta di manuali digitali
- Predisposizione del committente verso i prodotti multimediali
- Necessità del committente ampliare il target raggiungendo le fasce di età più basse al “Mondo di tenebra”
- Possibilità accedere al mercato internazionale della WHITE WOLF, attraverso un processo di localizzazione attuato da IPERMEDIALAB
- Presenza di un mercato di nicchia concentrato in mano a pochi, tra cui la WHITE WOLF
- Nascita di editori in “pdf” alla ricerca di nuovi canali
- Propensione al collezionismo dei giocatori
- Crisi della lettura giovanile e necessità di utilizzare nuovi linguaggi più competitivi con i videogame e i MMORPG

8 SWOT

MINACCE

- Difficoltà nel proteggere l'idea
- Mercato di nicchia: ridotta conoscenza del gioco di ruolo da parte del pubblico e difficoltà a raggiungere il mass-market
- Iniziativa, da parete di altri editori, di investire in prodotti concorrenti
- Concorrenza indiretta tra GdR, giochi di carte e miniature, videogiochi per PC e on-line