

Honnan jöhet a következő millió

Nem a COVR-ról szól. Arról, hogy a meglévő portfólióban **mennyi pénz áll kihasználatlanul**, és mit lehet ebből 1-2 emberrel behozni — **új fejlesztés nélkül**.

2026-08-23

331 tény · 77 forrás

jelenlegi bevétel: \$2 050 000/év

szabad kapacitás: 1-2 fő

01 Javaslatok — minden, amit újonnan mondok

Mind a **17** javaslat egy helyen. Minden sor **1-2 mondatban** olvasható; ha érdekel a levezetés, nyisd ki — akkor jön a teljes indoklás, a számok, az **ellenérv** és az, hogy **min mérnéd**, hogy bevált-e.

Bizonyosság: **magas** = mért adaton áll ·

közepes = mért adatból levezetve, de van feltevés · **alacsony** = szakmai vélemény.

Árpont: \$19,99, ne \$24,99

magas

COVR · árazás

A break-even a két ár között csak 4%-kal tér el, de a \$24,99 52%-kal több ár-panaszt hoz — és a launch-ablak értékelései két évig hatnak a konverzióra.

▲ becsuk

Melyik döntést szolgálja

Árpont

Ráfordítás

döntés

A LEVEZETÉS

A számok: break-even \$19,99-en 49 847–60 924 darab, \$24,99-en 47 912–58 559. A különbség 4%. Azért ilyen kicsi, mert a mért realizáció (a listaárból ténylegesen befolyó hányad) \$19,99-en **89,9%**, \$24,99-en csak **74,8%** — a magasabb ár nagy részét a regionális árazás és az akciók elnyelik.

Az ár-panasz oldal: a 16 000 idézetes korpuszban 555 ár-említést soroltam árszint szerint. A 15–20 \$-os címeknél az ár-emlétesek **27,5%-a** „nem éri meg” típusú; a 24–28 \$-os sávban **41,7%**; 29 \$ fölött **56,8%**. A ZC2 saját értékeléseiben az ár/érték a

legmérgezőbb téma (18,1% negativitás) — \$24,99-en.

A mezőny: a TAVR és a GERONIMO is \$19,99. A Quest fizetős shooter-medián \$14,99, a taktikai kohorszé \$17,99. \$19,99-en a mezőny fölött vagyunk, de nem kilógva.

Amit ez NEM mond: ez nem árrugalmasság-mérés. Azt méri, hányan érzik drágának — nem azt, hányan nem vették meg emiatt. Valódi rugalmassághoz A/B-teszt kellene, amit a store nem enged.

AZ ELLENÉRV

100 000 darabon a \$24,99 **\$47 000-rel** több nettót hoz. Ha hiszed, hogy a magasabb ár 4%-nál kevesebb darabot visz el, akkor a \$24,99 a jobb.

MIN MÉRNÉD, HOGY BEVÁLT-E

A launch utáni első 30 nap ár/érték-negativitása az értékelésekben. Ha <20%, az ár jól van belőve.

Q4 indulás — de kapumetrikához kötve

közepes

COVR · időzítés

A Q4-ablak mérve 1,40× szezonális volument ér, de a negatív értékelések harmada 2 óra alatt születik. A dátum ne naptári döntés legyen, hanem négy mért kapu.

▲ becsuk

Melyik döntést szolgálja

Indulási dátum

Ráfordítás

döntés

A LEVEZETÉS

A Q4 értéke: a ZC2 saját adatán a Q4 havi átlag 3 043 darab vs a többi hónap 2 177 darabja = **1,40×**. A december egyedül 1,65×, a legnagyobb nap 2025-12-25 (495 darab).

A kockázat: a negatív értékelések **32,3%-a 2 óra alatt** születik (n=5 662), a launch hónap pedig az életciklus értékeléseinek **35,4%-át** adja. Egy jankós indulás nem „egy rossz hónap”, hanem a store-kép két évre. A GERONIMO élő példa: hardcore pozíció + EA-jank = 50,3% kiszállás 2 óra alatt, 1,9 órás medián.

A négy kapu a zárt playtesten:

- vezetett betanítást befejezők aránya **>85%** — ez az első óra #1 kiesési oka
- 2 óra alatt kiszállók **<25%** — a TAVR 25,9%, a ZC2 32,4%, a GERONIMO 50,3%
- crash-mentes session **>98%** — a 0-1h panaszok 21,8%-a crash
- medián session-hossz **>35 perc**

Ha az első kettő nem teljesül, a Q1

olcsóbb, mint egy elrontott launch.

Plusz: a ZC2 PSVR2-kiadása októberben megy, azt legalább 6 héttel szét kell húzni a COVR-tól.

AZ ELLENÉRV

Ha a csapat úgy ítéli, hogy a jank a launch utáni első két patch-ben javítható, a Q4 1,40x-e többet ér, mint a késői javítás költsége.

MIN MÉRNÉD, HOGY BEVÁLT-E

A playtest (aug. vége) négy kapuszáma.

A ZC2 PSVR2-kiadása és a COVR launch szétválasztása

magas COVR · időzítés

A ZC2 PSVR2-verziója októberben megy. Ugyanaz a stúdió, ugyanaz a sajtólista, ugyanaz a közösség — legalább 6 hét szétválasztás kell.

▲ becsuk

Melyik döntést szolgálja

Indulási dátum

Ráfordítás

nulla

A LEVEZETÉS

A helyzet: a COVR Q4-es célja és a ZC2 októberi PSVR2-kiadása ugyanabba az ablakba esik. Ez **belső** figyelem-ütközés, amit teljes egészében mi irányítunk.

Miért számít: a launch hónap az életciklus értékeléseinek 35,4%-át adja. Ha a sajtó- és közösségi figyelem megoszlik két saját cím között, mindkettő gyengébb launch-ablakot kap.

A ZC2 PSVR2 mint tanulóadat: ha a PSVR2-kiadás **előbb** megy, akkor a COVR PSVR2-döntéséhez élő adat lesz — konverzió, árszint, refund, review-ütem egy saját címen, saját közönségen.

AZ ELLENÉRV

Ha a ZC2 PSVR2 dátuma szerződéses és nem mozgatható, akkor a COVR-nak kell mozdulnia.

MIN MÉRNÉD, HOGY BEVÁLT-E

A két launch közti hetek száma.

Pozicionálás: index 70-80, két kapcsolható móddal

közepes COVR · termék

A mért tengelyen a ZC2 24,3, a TAVR 88,5. A COVR célja 70-80 — de két móddal („művelet” és „kiképzés”), mert a félúton megállni a legrosszabb.

▲ becsuk

Melyik döntést szolgálja

Pozicionálás

Ráfordítás

tervezés

A LEVEZETÉS

A tengely: a közönség saját szóhasználatából mérve (hardcore-markerek vs arcade-markerek említési aránya, 23 cím, min. 120 idézet/cím).
TAVR 88,5 · Ready or Not 85,6 ·
GERONIMO 82,0 · Ground Branch 80,2 ·
Breachers 73,9 · Onward 64,4 · Zero
Caliber VR 32,6 · **Zero Caliber 2 24,3.**

Miért nem a félút: az elégedettségi görbe szerint a közép-csoport (index 40-70) a **legrosszabb minden játékidő-sávban:** 0-1h 17,7% · csúcs 36,3% · 50h+ 15,6%. A hardcore csoport ugyanezekben 27,9% · 60,9% · 42,8%. A félúton megállni büntetés.

De a két mód nem félút, hanem szegmentálás. A hardcore vevő megkapja a 70-80-as élményt, a belépő nem esik ki az első órában.

Mechanikai fordítás: nincs regen de van gyógyítás · manuális tárcsere megbocsátó időzítéssel · diegetikus, kikapcsolható HUD · opcionális baráti tűz alaptól be · két nehézségi mód.

A korreláció: az index és a <2h kiszállás között $r = -0,409$ (a keményebb pozíció védi a belépőt), az index és a medián játékidő között viszont csak $r = 0,201$ (nem hosszabbítja a farkot). Két külön probléma, két külön eszköz.

AZ ELLENÉRV

Ha a playtest azt mutatja, hogy a nem-milsim játékosok az első órában elakadnak, lejjebb kell menni 60-70-re. A ZC2 24-es szintjére viszont soha — az más közönség.

MIN MÉRNÉD, HOGY BEVÁLT-E

A launch utáni értékelésekből ugyanazzal a lexikonnal újraszámolt index. Cél: 70 fölött.

P0: kényszerített 60 másodperces reload-betanítás

magas COVR · termék

A szegmensben az első óra #1 kiesési oka az irányítás/interakció (24,7%), a saját Shooting Range-ünkben pedig a negatívak 33,3%-a a reloadról szól. Ez a legmagasabb megtérülésű egyetlen fejlesztés.

▲ becsuk

Melyik döntést szolgálja

Feature-scope

Ráfordítás

kicsi

A LEVEZETÉS

A szegmens-adat: 5 662 negatív Steam-értékelés játékidő szerint bontva. A 0–1 órás sávban a panaszok sorrendje: **irányítás/interakció 24,7%** · teljesítmény 22,8% · crash 21,8% · MI 20,8%. A legfelszavazottabb példa: *„nothing but a massive pile of jank. It yeeted me into a broken tutorial”*.

A saját adat: a Shooting Range 18 negatív értékeléséből **7 (38,9%)** azt írja, hogy el sem tudta indítani vagy nem tudta használni; **6 (33,3%)** konkrétan a reload/markolásról szól,

2,22★ átlaggal. Ugyanez a mechanika a fizetős ZC2-ben **4,22★** — a különbség nem a mechanika, hanem hogy az ingyenes első kontaktnak nincs türelme.

Amit jelent: nem opcionális tutorial. Kényszerített, 60 másodperces, **sikerélménnyel záruló** első interakció a megfogás → tár → újratöltés láncra.

Miért ez az első: a panaszprofil a játékidővel **változik** — 2-10 óra között már a MI a #1 (25,4%), 50 óra fölött a crash (29,8%), és az irányítás-panasz 24,7%-ról **7,1%-ra** esik. Aki túljut az első órán, megtanulja. Csak addig kell eljuttatni.

AZ ELLENÉRV

Egy kényszerített tutorial a hardcore közönségnél ellenérzést kelthet.

Megoldás: átugorható, de alapból bekapcsolt, és a végén ad valamit.

MIN MÉRNÉD, HOGY BEVÁLT-E

Betanítást befejezők aránya >85%.

Ez egyben a Q4/Q1 döntés egyik kapuja is.

„Felnőtt lobbí” — a versenytárs #1 élő fájdalmára

közepes

COVR · termék

A TAVR saját közösségében a #1 panasz nem a MI és nem az ár, hanem a lobbí-összetétel. A felnőtt közönség privát szobába és szőlóba menekül — erre a COVR-nak kész válasza lehet.

▲ becsuk

Melyik döntést szolgálja

Feature-scope

Ráfordítás

közepes

A LEVEZETÉS

A bizonyíték (r/TacticalAssaultVR, szó szerint olvasott kommentek): a legfelszavazottabb (9 pont) „*After playing for 3 years. Its gotten way worse. At first it was 1 lobby with 2-3 kids and the rest adults. Now its just little kids and hardcore milsimmers.*”

A menekülés mintázata: „*I play in my own private server because everyone else is too obnoxious*” (8) · „*Playing TAVR solo is still one of my all time favorite things to do in VR*” (5) · „*I would just mute everyone in the match*” (5) · „*Play solo or find friends IRL*” (4) · és

hogy a vote-kick az utolsó update óta nem működik (4).

Miért a mi lehetőségünk: a COVR 17+/PEGI 16 besorolású, offline szólózható, co-op fókuszú. Egy hiteles ígélet — moderálható privát szoba, barát-alapú matchmaking, működő kick — **mért keresletre** válaszol.

És miért nem tudják lemásolni: a versenytárs közönsége már beépült. Egy meglévő játékosbázist utólag „felnőttebbé” tenni sokkal nehezebb, mint eleve úgy indulni.

AZ ELLENÉRV

A szűkebb lobbí kevesebb embert jelent egy meccsben — ha a játékosbázis kicsi, a moderálás üres szobákat termel. Ezért barát-alapú és privát, nem globális szűrés.

MIN MÉRNÉD, HOGY BEVÁLT-E

A launch utáni értékelésekben a „játékosbázis/lobbí” téma negativitása. Cél: a TAVR alatt.

Külső playtest milsim-közösségből — a gunplay validálására

magas COVR · termék

A COVR a 70-80-as sávba megy, a ZC2 a 24-esbe. A fegyverkezelést azokkal kell tesztelni, akik a célsávban vannak — nem a saját meglévő közönségünkkel.

▲ becsuk

Melyik döntést szolgálja

Feature-scope

Ráfordítás

kicsi

A LEVEZETÉS

A logika: a ZC2-értékelések nem érvényes visszajelzés a COVR fegyverkezelésére, mert más közönségtől jönnek. A hardcore-index 24,3 vs a cél 70-80.

Kiket: a TAVR, a Ground Branch és a Ready or Not közösségéből toborzott játékosokat. Ezek pontosan a célsáv.

Mit mérünk rajtuk: nem azt, hogy „tetszik-e”, hanem hogy hol akadnak el, mennyi idő alatt tanulják meg a tárcserét, és mit neveznek meg konkrétan hibásnak. A szegmensben a #1 kiesési ok az első órában az irányítás.

Miért ez a legolcsóbb

kockázatcsökkentés: egy fegyverkezelési döntés utólagos átírása a launch után nagyságrendekkel drágább, mint 20 ember visszajelzése előtte.

AZ ELLENÉRV

A milsim-közönség szigorúbb, mint a valós vevőkör átlaga — a visszajelzést súlyozni kell, nem szó szerint követni.

MIN MÉRNÉD, HOGY BEVÁLT-E

A tárcsere-tanulási idő és a „mit nevezel hibásnak” lista.

Amire NE költsünk: komfort és Quest-oldali crossplay

közepes

COVR · termék

A saját 847 Quest-értékelésünkben a komfort 1-szer, a crossplay 15-ször szerepel — utóbbi 0% negativitással. Egyik sem vevőigény a Questen.

▲ becsuk

Melyik döntést szolgálja

Feature-scope

Ráfordítás

megtakarítás

A LEVEZETÉS

Komfort: 1 említés 847-ből (0,1%), 5,00★. A mozgásbetegség a saját közönségünknel gyakorlatilag nem téma. **Árnyalás:** a Meta kategóriacímkés mintájában viszont mérgező — vagyis kis csoportot érint, de azokat súlyosan. Nem tömegprobléma, de a beállítási lehetőségeket nem szabad elvenni tőlük.

Crossplay: 15 említés (1,8%), 0% negativitás, 4,47★. A Quest-vevő nem kéri. A PCVR-közösség viszont figyeli — a COVR Steam-oldalán nincs „Cross-Platform Multiplayer” kategória.

A helyes megfogalmazás: a kérdés nem az, hogy „kell-e crossplay a bevételhez” (nem kell), hanem hogy **mennyit ér a PCVR-hitelesség**. Ez marketingdöntés, nem bevételi.

AZ ELLENÉRV

Ha a crossplay technikailag olcsó (ugyanaz a netcode), akkor a PCVR-hitelesség önmagában megérheti.

MIN MÉRNÉD, HOGY BEVÁLT-E

A Steam-oldali kommentekben a crossplay- említések aránya a launch előtt.

Mod-támogatás a 2. évre — olcsó tartalomütem-pótlék

közepes

COVR · termék

A mod a legpozitívabb kérés-kategória (85,7% pozitív értékelőtől). Kis volumen, de a legelkötelezettebb közönségtől — és a Ready or Not, a TAVR pont ezzel tartja életben magát.

▲ becsuk

Melyik döntést szolgálja

Feature-scope

Ráfordítás

közepes

A LEVEZETÉS

Az adat: a mod-kérések 85,7%-a pozitív értékelőtől jön — ez a legmagasabb arány az összes kategória közül. A tartalom 47,9%, a MI 15%.

Miért gazdaságos: a 2. év a bevétel jelentős része (a ZC2-nél a mért 24 hónapból a második év 30 902 darabot adott). A tartalomütem fenntartása drága; a mod-támogatás **egyszeri** befektetés, ami a közösséggel termelteti a tartalmat.

Precedens: a Ready or Not és a TAVR is erre épít. A TAVR-nál a mod-támogatás

késése önmagában közösségi panasztéma.

Időzítés: nem launchra. A 2. év elejére, amikor a tartalomütem amúgy is szűkül.

AZ ELLENÉRV

A mod-támogatás nyitja a nem kívánt tartalom kockázatát, és a Quest-store szabályai szigorúak. PCVR-oldalon egyszerűbb.

MIN MÉRNÉD, HOGY BEVÁLT-E

A mod-kérések aránya a saját értékeléseinkben az 1. év végén.

A „next-gen” szó kivétele a kommunikációból

magas COVR · marketing

A saját Reddit-posztunkban három külön komment kérdőjelezte meg a „next-gen” megfogalmazást. Nem ellenségesen — csak nem hiszik el állítás nélkül.

▲ becsuk

Melyik döntést szolgálja

Pozicionálás

Ráfordítás

nulla

A LEVEZETÉS

Az adat: a 2026-08-15-i posztunk 69 pontot és 16 kommentet kapott — messze a legjobb COVR-posztunk. A kommentek között: *„Define NEXTGEN please?”* (3 pont) · *„What exactly makes this «next gen»?”* (4 pont) · szarkasztikus *„It's a milsim, you wouldn't get it /s”* (2 pont).

A minta: a saját marketingnyelvünk termeli a kételyt. Egy jelző, amit nem támasztunk alá azonnal, a milsim-közönségnél **gyanút kelt**, nem lelkesedést.

Amit helyette: egy **mérhető** állítás, amit videón mutatunk — felbontás, MI-viselkedés, pályaméret, session-hossz. Szám, nem jelző.

AZ ELLENÉRV

Ha van konkrét technikai újítás, amit meg tudunk mutatni, akkor a „next-gen” nem üres — csak azonnal alá kell támasztani ugyanabban a posztban.

MIN MÉRNÉD, HOGY BEVÁLT-E

A következő poszt kommentjeiben a „mit jelent ez” típusú kérdések száma.

Fegyverszakértő-lektorálás minden nyilvános anyagra

magas COVR · marketing

A trailerünk második legfelszavazottabb kommentje (7 pont) egy optika-elhelyezési hibát szúrt ki. A milsim-közönség a videóban is ellenőrzi a fegyvert.

▲ becsuk

Melyik döntést szolgálja

Pozicionálás

Ráfordítás

nulla

A LEVEZETÉS

Az idézet: *„The flip up magnifier being used as an offset scope is certainly an interesting choice.”* — 7 pont, a poszt második legfelszavazottabb kommentje.

Miért fontos: a gunplay a legerősebb eszközünk (a ZC2-értékelésekben 50,6% említés, 7,5% negativitás — 2,5-szer tisztább, mint a GERONIMO-nál). De pont a legerősebb tulajdonságunkon a legszigorúbb a közönség.

És a te felvetésed: a ZC2-ben azért kap jó jegyet a fegyverkezelés, mert **megbocsátó** — a ZC2 közönsége (index 24) ezt várja. A 70-80-as sávban ugyanaz „túl arcade” minősítést kapna.

Ezért a gunplayt **nem a ZC2 értékeléseiből** kell validálni.

A teendő: minden trailer, screenshot és GIF menjen át fegyverszakértő szemén a vágás előtt. Nulla költség, és a hitelesség a legdrágább dolog, amit el lehet veszíteni.

AZ ELLENÉRV

Nincs. Ez nulla ráfordítású, és a kockázat egyoldalú.

MIN MÉRNÉD, HOGY BEVÁLT-E

Nulla fegyverkezelési kifogás a következő három nyilvános anyag kommentjeiben.

Tartalomütem kommunikálása a launch NAPJÁN

magas COVR · marketing

A tartalom a #1 kérdés a szegmensben (29,9%), és a kérők 47,9%-a pozitív értékelő. Nem panasz — elégedett játékos akar többet.

▲ becsuk

Melyik döntést szolgálja

Pozicionálás

Ráfordítás

nulla

A LEVEZETÉS

Az adat: 391 konkrét kérdés-mondat kibányászva a korpuszból. Kategóriák szerint: tartalom 29,9% · fegyver 9,2% · QoL 5,9% · MI 5,1% · mod 1,8%.

A döntő megkülönböztetés: nem a gyakoriság, hanem hogy **ki kéri**. A tartalmi kérések **47,9%-a pozitív** értékelőtől jön, a mod-kérések **85,7%-a** — ezek „szeretem, adj többet” típusúak. A MI-kérések viszont csak **15%-ban** jönnek pozitív értékelőtől: az nem kérdés, hanem panasz kérdés-formában.

Amit ez jelent: a launch-napi tartalommenyiség helyett a **tartalom-ütem kommunikálása** a fontos. Az

elégedett játékos a launch körül dönt a visszatérésről — ha nem lát ütemtervet, elmegy.

AZ ELLENÉRV

Egy ütemterv, amit nem tartunk be, rosszabb, mint amit nem ígértünk. Csak azt szabad kimondani, ami biztosan megvan.

MIN MÉRNÉD, HOGY BEVÁLT-E

A launch utáni 90 napban a visszatérő játékosok aránya (Meta growth accounting, Resurrected).

Shooting Range monetizáció — a legnagyobb kihasználatlan eszköz

közepes Cég · bevétel

498 190 felhasználó, nulla bevétel. Már \$0,25 ARPU is \$218 000 az első évben — és a UG bebizonyította, hogy a Quest-közönség fizet ingyenes játékban.

▲ becsuk

Melyik döntést szolgálja

Portfólió

Ráfordítás

4 ember-hó

A LEVEZETÉS

Az eszköz: a Shooting Range 16 hónap alatt 498 190 új felhasználót hozott, havi ~31 133-at, **nulla szerzési költséggel**. Jelenleg **nulla** bevételt termel.

A referencia (UG, Continuum): ~10 hónap fejlesztés, hatjegyű partneri finanszírozás IP-vesztés nélkül, **1,2 M felhasználó, ARPU \$14 felett**, 245 000 értékelés (a Horizon store legtöbbje), a top-selling lista 1. helye az idő 95%-ában.

Az őszinte olvasat: a UG szociális játék napi 1 órával; a Shooting Range lőtér napi 21 perccel, W2 retenció

12,4%. Az ARPU **nem lesz \$14**. De a kérdés nem az, hogy elérjük-e a UG-t, hanem hogy **a nullát meghaladjuk-e**.

Mit lehet eladni egy lőtéren: (1)

fegyvercsomagok — a fegyver **maga a tartalom**, nincs pályatervezési költség

(2) **COVR-fegyverpad** — egyszerre monetizáció és a COVR előszobája,

ugyanaz a munka · (3) kihívás- és ranglista-csomag — a W2 12,4%-nál a visszatérési ok hiányzik, nem a tartalom

· (4) kozmetika — legolcsóbb, de lőtéren a legkevésbé látható.

A technikai korlát: a Shooting Range

UE 4.27-en fut, a COVR 5.7-en. A

fegyverek nem portolhatók — az

interakciós nyelvtant kell átvinni

(melyik gomb, melyik kéz, mennyi idő, mi a visszajelzés), ami tervezés, nem kód.

AZ ELLENÉRV

Egy élő, 4,4★-os, 498 ezer

telepítéssel bíró terméket

módosítunk régi motoron. A ZC2

negatívjainak 14,6%-a frissítést

hibáztat. Ezért: staged rollout,

visszaállítható build, és legalább 6

hétrel a COVR launch előtt.

MIN MÉRNÉD, HOGY BEVÁLT-E

ARPU az első 3 hónapban. Ha
>\$0,25, mehet a teljes csomag.

Regionális árazás átnézése az egész katalóguson

magas

Cég · bevétel

A ZC2-n mérve a realizáció \$29,99-en 69,8%, \$19,99-en 89,9%. Egy 3-8%-os javulás a jelenlegi bevételen \$60-180 e — egy ember-hónapból, kódírás nélkül.

▲ becsuk

Melyik döntést szolgálja

Portfólió

Ráfordítás

1 ember-hó

A LEVEZETÉS

A mérés: a ZC2 három árrézsíkjében a realizált átlagár \$20,93 / \$17,97 / \$18,70 volt \$29,99 / \$19,99 / \$24,99 listaár mellett. A realizáció tehát 69,8% / 89,9% / 74,8%.

A kulcsfelismerés: a **realizált** ár sokkal kevésbé mozog, mint a listaár. A lista +50%-os emelése (\$19,99 → \$29,99) a ténylegesen befolyó árat csak **+16,5%-kal** emelte. A különbséget a regionális ársávok és az akciók nyelik el.

Konkrétan mit jelent: minden cím × minden platform × minden régió ársávjának átnézése, a store-oldalak

lokalizációja, és az akciózási ritmus tudatos beállítása a mért szezonálitáshoz (Q4-szorzó 1,40x).

Miért ez a legjobb első lépés a partnerednél: nulla kockázat, nincs kód, visszafordítható, és a bizonyíték a **saját** adatunk — nem külső elemzés.

AZ ELLENÉRV

Ha a jelenlegi ársávok már optimalizáltak, a hozam a sáv alsó végén lesz. Ezt viszont csak az átnézés után lehet megmondani.

MIN MÉRNÉD, HOGY BEVÁLT-E

A realizált átlagár változása címenként 3 hónap alatt.

Platform-lefedettség befejezése

közepes Cég · bevétel

Minden hiányzó cím × platform páros tiszta elmaradt bevétel meglévő assetből. De a prioritás a Quest — a többi platform aránya a Quest szintjétől függ, nem fordítva.

▲ becsuk

Melyik döntést szolgálja

Platformstratégia

Ráfordítás

6 ember-hó

A LEVEZETÉS

Az adat: a jelenlegi éves bruttó platformonként Meta \$1,2 M · PSVR \$450 e · Steam \$300 e · egyéb \$100 e.

A helyes olvasat (a te észrevételed alapján javítva): ezek **a mi jelenlegi katalógusunk** számai, nem piaci törvény. A PSVR 22%-os aránya részben azért ilyen magas, mert a Quest-bevételünk **mérsékelt**. Ha egy cím berobban Questen, a nevező megnő, és a PSVR/Steam aránya lemegy — **anélkül, hogy bármit rosszabbul csinálnánk ott.**

Amit ebből tenni kell: a platformbővítést **abszolút összegben**

kell mérni, nem arányban. Egy \$150 e-t hozó port akkor is megéri, ha az arány csökken.

Amit nem tudok: melyik címetek melyik store-ban van fent. Egy egyszerű cím x platform mátrix órák alatt megmondaná, hol van a hézag.

AZ ELLENÉRV

Portolás közben a fő cím fejlesztése lassul. Ha a COVR csúszik, a port várhat.

MIN MÉRNÉD, HOGY BEVÁLT-E

Az új platformon elért éves bruttó, abszolút összegben.

Meta fejlesztői programok megcélzása a következő címhez

közepes

Cég · finanszírozás

A Meta ~150 M USD-t fordított fejlesztői programokra 2025-ben, és a UG hatjegyű partneri finanszírozást kapott IP-vesztés nélkül, revenue share konstrukcióban.

▲ becsuk

Melyik döntést szolgálja

Portfólió

Ráfordítás

kicsi

A LEVEZETÉS

A tény: a Meta 2026 februári közlése szerint közel 150 M USD-t fektetett VR-fejlesztői programokba 2025-ben.

A precedens: a UG (Continuum) hatjegyű összeget kapott egy stratégiai partnertől (Trass Games) **skálázódó revenue share** formájában — sem tulajdonrészt, sem IP-t nem adtak fel.

Miért nekünk: a 2027-es új cím 60+ ember-hónap. Ha az nem a saját tőkéből megy, a kockázat nagyságrenddel kisebb — és a konzervatív partner számára **ez a döntő különbség.**

Amivel pályázni lehet: 4+ kiadott

Quest-cím, mért retenciós és engagement-adat, 498 190 fős ingyenes bázis, és egy PSVR2-n is szállító csapat. Ez erős pozíció.

AZ ELLENÉRV

A platform-finanszírozás jellemzően exkluzivitást vagy időzítési kötöttséget kér. Azt külön kell mérlegelni.

MIN MÉRNÉD, HOGY BEVÁLT-E

Megkeresés és visszajelzés a Meta developer relations felől.

A három lépcső a konzervatív partnerhez

magas Cég · módszer

Ne érvelés legyen, hanem sorozat: nulla kockázatú lépés → visszavonható kísérlet → nagyobb elköteleződés. Minden lépcső feltétele az előző mért eredménye.

▲ becsuk

Melyik döntést szolgálja

Portfólió

Ráfordítás

—

A LEVEZETÉS

1. lépcső — regionális árazás (1 ember-hó). Nulla kockázat, nincs kód. A bizonyíték a saját mért realizációnk: 69,8% vs 89,9% ugyanazon a címen. **Továbblépés feltétele:** 3 hónap alatt mérhető realizáció-javulás.

2. lépcső — egyetlen fizetős fegyvercsomag a Shooting Range-be (2-3 ember-hó). Egy SKU, visszavonható, nem alakítjuk át a játékot. A bizonyíték a UG (1,2 M felhasználó, \$14 ARPU) + a saját 498 190 fős nulla-bevételű bázisunk.

Továbbblépés feltétele: ARPU >\$0,25 az első 3 hónapban.

3. lépcső — platform-lefedettség (6 ember-hó), már a COVR launch utáni kapacitással. Minden hiányzó cím × platform páros meglévő assetből hoz bevételt.

Tartalék érv, ha a kockázat-oldalról nem megy: fordítsd meg — mi a **NEM-cselekvés** kockázata? A Meta saját adata szerint a store bruttó gyakorlatilag áll, miközben az IAP **+13%** év/év. A ZC2 havi eladása 2 752-ről **1 599-re** csökkent 13 hónap alatt. A meglévő katalógus lecsengése folyamatos.

AZ ELLENÉRV

Ha a partner az 1. lépcsőt is elutasítja, akkor nem a kockázat a probléma, hanem valami más — azt kell kideríteni, nem több adatot mutatni.

MIN MÉRNÉD, HOGY BEVÁLT-E

Minden lépcsőnek saját kapuszáma van (fent).

HA CSAK HÁRMAT LEHETNE

Sorrendben, ahogy a partnerednek is javaslom: **J13** (regionális árazás — nulla kockázat, egy ember-hónap) → **J12** (egyetlen fegyvercsomag a Shooting Range-be — visszavonható kísérlet) → **J04** (a COVR reload-betanítása — a legmagasabb megtérülésű egyetlen fejlesztés a játékban).

A két cégszintű javaslat (J12 + J13) együtt **5 ember-hónap**, új fejlesztés nélkül, és a jelenlegi éves bevétel **+13,6%-át - +51,3%-át** adja (\$278 000–1 052 000 bruttó). A levezetés a **Rangsor** fülön.

[↑ vissza a fül tetejére](#)

02 Hol tartunk — és egy korrekció, ami az eddigi anyagokat is érinti

Meta Quest

\$1200 e

PSVR

\$450 e

Steam

\$300 e

egyéb (bundle stb.)

\$100 e

Éves bruttó platformonként. **S073**

PLATFORM

Meta Quest

BRUTTÓ \$1 200 000

RÉSZESEDÉS 58,5%

MIT JELENT

A fő láb, és **itt van a felső korlát is** — egy berobbanó cím itt tudja megsokszorozni a bázist. Ebben van a ZC2, a ZCR és a Shooting Range (0 USD).

PLATFORM

PSVR

BRUTTÓ \$450 000

RÉSZESEDÉS 22,0%

MIT JELENT

Ez a korrekció. Az eddigi anyagaim a PSVR2-t „bizonytalan, extrapolált” platformként kezelték. Valójában a bevétel **ötöde** jön onnan, egyetlen címmel.

PLATFORM

Steam

BRUTTÓ \$300 000

RÉSZESEDÉS 14,6%

MIT JELENT

Kicsi, de nem elhanyagolható — és ez az egyetlen platform, ahol nyilvános a játékidő- és refund-adat, tehát **mérőműszerként** is dolgozik.

PLATFORM

egyéb (bundle stb.)

BRUTTÓ

\$100 000

RÉSZESEDÉS

4,9%

MIT JELENT

Humble és társai. Alacsony marzs, de nulla ráfordítás.

Két dolog egyszerre igaz

1. A portfólió már ma **háromlábú**: a PSVR és a Steam együtt a bevétel **36,6%-a**, és ezt eddig alábecsültem. Minden hiányzó cím × platform páros **tiszta elmaradt bevétel**, meglévő assetből, új játéktervezés nélkül.

2. Ugyanakkor a felső korlát a Questen van. A PSVR \$450 e-je **egyetlen címből** jön — az a láb nem skálázódik magától. Egy sikeres Quest-cím ennél nagyságrenddel többet hoz, és akkor a mostani 22% természetes módon 8-10%-ra megy le — anélkül, hogy ott bármi romlana.

A helyes döntési szabály: a portokat **abszolút hozam** alapján rangsorolni (hozz-e \$150 e-t vagy \$30 e-t), a fő fejlesztési kapacitást viszont oda tenni, ahol a felső korlát a legnagyobb. Az arány támpont, nem cél.

A P&L, HOGY A NAGYSÁGREND TISZTA LEGYEN

SOR

Bruttó bevétel (4 platform)

USD \$2 050 000

MFT 636

SOR

– store-részesedés (30%)

USD –615 000

MFT –191

SOR

Fejlesztői rész

USD **\$1 435 000**

MFT **445**

SOR

– működési költség

USD –773 620

MFT –240

SOR

Eredmény

USD **\$661 380**

MFT **205**

A 205 M Ft egyezik az általad mondott 200–250 M Ft-os sávval — vagyis a modell és a valóság

ugyanazt mondja. Innentől minden növekmény ehhez a bázishoz mérhető.

↑ vissza a fül tetejére

03 A lehetőség-rangsor — fejlesztői bevétel ember-hónaponként

Hat irány, mindegyik ugyanazzal a mércével: **mennyi fejlesztői bevételt hoz egy ember-hónap ráfordítás**. Ez a helyes mérce, amikor a szűk keresztmetszet nem a pénz, hanem az **ember**.

Shooting Range monetizáció

\$95 375

Regionális árazás

\$84 000

Platform-lefedettség befejezés

\$46 667

Új kis F2P cím (UG-modell)

\$29 167

DLC / tartalomcsomag a meg

\$28 438

A zöld oszlopok **nem igényelnek új fejlesztést** — meglévő címre, meglévő közönségre épülnek.

LEHETŐSÉG

Shooting Range monetizáció

EMBER-HÓ 4

BRUTTÓ \$218 000–
872 000

HATÉKONYSÁG \$95 375

KOCKÁZAT közepes

INDOKLÁS

498 190 fős meglévő bázis + havi 31 133 új felhasználó, nulla jelenlegi bevétel. Az alsó becslés \$0,25 ARPU-t feltételez, a felső \$1,00-et — 12 hónapra. A UG \$14-et hoz, de az szociális játék napi 1 órával; a lőtér 21 perc/nap, tehát nagyságrendekkel alacsonyabb ARPU reális.

LEHETŐSÉG

Regionális árazás + store-optimalizálás

EMBER-HÓ 1

BRUTTÓ \$60 000–
180 000

HATÉKONYSÁG \$84 000

KOCKÁZAT alacsony

INDOKLÁS

Mért: a ZC2 realizációja \$29,99-en 69,8%, \$19,99-en 89,9%. A teljes katalógusra 3-8%-os realizáció-javulás a jelenlegi \$2,05 M bruttón 60-160 e USD.

LEHETŐSÉG

Platform-lefedettség befejezése

EMBER-HÓ 6

BRUTTÓ \$200 000–
600 000

HATÉKONYSÁG **\$46 667**

KOCKÁZAT **alacsony**

INDOKLÁS

A PSVR már most a bevétel 22%-a EGY címmel.
Minden hiányzó cím-platform páros tiszta többlet,
meglévő assetből.

LEHETŐSÉG

Új kis F2P cím (UG-modell) (új fejlesztés kell)

EMBER-HÓ 60

BRUTTÓ \$0–
5 000 000

HATÉKONYSÁG **\$29 167**

KOCKÁZAT **magas**

INDOKLÁS

A UG ~10 hónap alatt 1,2 M felhasználót és \$14
ARPU-t ért el. De ez 60+ ember-hónap, nem fér bele
1-2 emberbe — ez a 2027-es döntés, nem a
mostani.

LEHETŐSÉG

DLC / tartalomcsomag a meglévő címekre

(új fejlesztés kell)

EMBER-HÓ

8

BRUTTÓ

\$150 000–

500 000

HATÉKONYSÁG

\$28 438

KOCKÁZAT

közepes

INDOKLÁS

A korpuszban a tartalom a #1 kérés (29,9%), és a kérők 47,9%-a POZITÍV értékelő. A GoT bevételének fele vásárlás utáni.

AMIT A RANGSOR NEM MOND

A sávok **becslések**, nem mérések — a mögöttes logikát mindegyiknél odaírtam, hogy vitatható legyen. A legnagyobb bizonytalanság a Shooting Range ARPU-ja: erre **nincs saját mérésünk**, mert a cím jelenleg nem monetizál. Ezért van a következő szakaszban csúszkán — állítsd oda, amit hihetőnek tartasz.

Az **új F2P cím** a legnagyobb felső korláttal rendelkezik, de 60 ember-hónap — ez nem a mostani, hanem a **2027-es** döntés. Most az a dolgunk, hogy **bizonyítékot gyűjtsünk hozzá olcsón**.

04 A Shooting Range — 498 190 ember, nulla forint

Ez a portfólió legnagyobb egyetlen **kihasználatlan eszköze**: 16 hónap alatt **498 190 új felhasználó**, havi ~31 000 új ember **nulla szerzési költséggel** — és **nulla bevétel**. S060

A referencia: UG (Continuum) — amit a partnerednek érdemes megmutatni

Modell

UG

Free-to-play, IAP

SR

Ingyenes, **nulla monetizáció**

Felhasználó

UG

1 200 000

SR

498 190

ARPU

UG

\$14 felett

SR

\$0

Fejlesztés

UG

2024-10-től, EA 2025-08 (~10 hónap)

SR

már kész, él

Finanszírozás

UG

hatjegyű összeg partnertől, revenue share, IP megtartva

SR

saját

Értékelés

UG

245 000 db, 4,9★ (a Horizon store legtöbbje)

SR

270 db, 4,4★

Engagement

UG

100 000+ DAU, napi ~1 óra, átlag 14+ óra/játékos

SR

DAU 3 219, napi 21 perc

AZ ŐSZINTE OLVASAT — ÉS MIÉRT NEM MÁSZOLHATÓ EGY AZ EGYBEN

A UG **szociális** játék: 100 000 DAU, napi egy óra, a játékosok egymás miatt jönnek vissza. A Shooting Range egy **lőtér** — 21 perc/nap, W2 retenció 12,4%. Az ARPU nem lesz \$14.

De nem is kell. A meglévő bázison már **\$0,25 ARPU is 125 000 dollár**, és a havi 31 000 új felhasználó ezt folyamatosan tölti. A kérdés nem az, hogy elérjük-e a UG-t, hanem hogy **a nullát meghaladjuk-e** — mert most pontosan annyi.

Amit a UG bizonyít: a Quest-közönség **fizet** ingyenes játékban, és nagyon sokat. Ez nem elméleti kérdés többé. S074

Interaktív: mit hozna a Shooting Range

ARPU

\$0,50

A MEGLÉVŐ 498 190
FŐN

\$249 095

bruttó, egyszeri

A KÖVETKEZŐ 12 HÓ
ÚJ FELHASZNÁLÓIN

\$186 798

31 133/hó

1. ÉV BRUTTÓ

\$435 893

együtt

EBBŐL HOZZÁNK

\$305 125

a mostani bevétel
+21,3%-a

Viszonyítás: a UG ARPU-ja \$14 felett; a Quest fizető shooter-medián listaár \$14,99. A \$0,25-\$2,00 sáv azt jelenti, hogy a felhasználók **1,7-13%-a** költene egyszer egy \$15-ös csomagot — vagy sokkal többen keveset. Állítsd oda, amit hihetőnek tartasz.

MIT LEHET ELADNI EGY LŐTÉREN — KONKRÉTRAN

1. **Fegyvercsomagok.** A korpuszban a fegyver a #2 kérés-kategória (9,2%). Egy lőtérén a fegyver **maga a tartalom** — nincs pályatervezési költség.
2. **COVR-fegyverpad.** A COVR fegyverei, a COVR kezelésével — egyszerre monetizáció és a COVR előszobája. Ez a kettő ugyanaz a munka.
3. **Kihívás- és ranglista-csomag.** A Shooting Range W2 retenciója 12,4% — a visszatérési ok hiányzik, nem a tartalom.
4. **Kozmetika.** A legolcsóbb, de a lőtérén a legkevésbé látható — alacsony prioritás.

A technikai korlát, amit nem szabad elfelejteni: a Shooting Range **UE 4.27**-en fut, a COVR 5.7-en. **S071** A fegyverek nem portolhatók — az **interakciós nyelvtant** kell átvinni (melyik gomb, melyik kéz, mennyi idő), ami tervezés, nem kód.

↑ vissza a fül tetejére

05 A másik két gyors láb

A HORIZON+ SZÁNDÉKOSAN NINCS EBBEN AZ ANYAGBAN

Nem azért, mert nem érdekes — hanem mert **nálatok ez már futó munka**, és a belépési feltételeket is ismeritek: **1 év futásidő és 4 csillag** kell hozzá egyáltalán, és **egy címetek már bent van.** S077

Ezen a lábon folyamatosan dolgoztok, ezért javaslatot nem teszek rá. A külön elemzést, amit küldeni fogsz, beépítem — onnantól számolható lesz, melyik címet mikor érdemes bevinni.

Egy dolog viszont már most fontos a COVR-ra: az 1 éves futásidő-küszöb miatt a Horizon+ **nem launch-eszköz**. Egy új cím a 2. évig nem is jelölt rá — a COVR-nál ez 2027-2028 kérdése, nem a mostani indulásé.

Regionális árazás — a legolcsóbb pénz a portfólióban

A ZC2-n mérve: a realizáció (a listaárból ténylegesen befolyó hányad) **\$29,99-en 69,8%, \$24,99-en 74,8%, \$19,99-en 89,9%**. **S065** Ez a különbség **nem az akciókból** jön elsősorban, hanem a regionális ársávok beállításából.

A jelenlegi \$2 050 000-os bruttón egy **3-8%-os** realizáció-javulás **\$60 000-\$180 000** többletbevétel — **egy ember-hónapból**, kódírás nélkül. Ez a legmagasabb megtérülésű munka az egész listán, és a legkisebb kockázatú.

Konkrétan mit jelent: minden cím × minden platform × minden régió ársávjának átnézése, a store-oldalak lokalizációja, és az akciózási ritmus tudatos beállítása a mért szezonálitáshoz (a Q4-szorzó a ZC2-n **1,40x**).

↑ [vissza a fül tetejére](#)

06 Hogyan vidd át a partnereden — lépcsőben

Azt mondtad, kis olcsó kísérlet, más stúdiók példái és saját számok győznek meg nála. Ez a három lépcső pontosan erre épül, ebben a sorrendben.

LÉPCSŐ

1

MIT KÉRSZ

Regionális árazás átnézése

nincs kockázat, nincs kód

RÁFORDÍTÁS

1 ember-hó

BIZONYÍTÉK

A ZC2 saját mért realizációja: **69,8% vs 89,9%** ugyanazon a címen, csak más árszinten. Ez a mi adatunk, nem külső elemzés.

FELTÉTEL

Ha 3 hónap alatt mérhető a realizáció-javulás → mehet a 2. lépcső.

LÉPCSŐ

2

MIT KÉRSZ

Egy fizető fegyvercsomag a Shooting Range-be

egyetlen SKU, visszavonható, nem alakítjuk át a játékot

RÁFORDÍTÁS

2-3 ember-hó

BIZONYÍTÉK

A UG: 1,2 M felhasználó, **\$14 ARPU**, ~10 hónap fejlesztés. **\$074** Plusz a saját 498 190 fős bázisunk, ami ma nulla forintot hoz.

FELTÉTEL

Ha az ARPU **>\$0,25** az első 3 hónapban → mehet a teljes csomag.

MIT KÉRSZ

Platform-lefedettség befejezése

RÁFORDÍTÁS

6 ember-hó

BIZONYÍTÉK

Az 1. és 2. lépcső **mért** eredménye + a saját platform-bontás: a PSVR már ma a bevétel **22%-a** egyetlen címmel.

FELTÉTEL

Ez már a COVR launch utáni kapacitással.

A NEGYEDIK ÉRV, AMIT TARTALÉKBAN TARTHATSZ

Ha a kockázat-oldalról nem megy, fordítsd meg: **mi a NEM-cselekvés kockázata?**

- A Meta saját adata szerint a store bruttó gyakorlatilag **áll**, miközben az **IAP +13%** év/év. **S075** A prémium egyszeri vásárlás a zsugorodó szelet.
- A ZC2 havi eladása 2 752-ről **1 599-re** csökkent 13 hónap alatt. **S065** A meglévő katalógus lecsengése **folyamatos** — ha nem jön mellé új bevételi láb, a bázis erodálódik.
- A harmadik feles appok adják a headsetben töltött idő **86%-át** **S075** — a platform nem szűkül, csak **átrendeződik**. Aki nem követi, az veszít, nem az, aki lép.

07 A 2027-es döntés — és mit gyűjtsünk hozzá most

A COVR launch után felszabaduló kapacitással jön a valódi kérdés: **mi legyen a következő cím.** A UG-modell (F2P, szociális, IAP) felső korlátja nagyságrendekkel nagyobb, mint bármi másé a listán — de 60+ ember-hónap, és **más műfaji kompetencia.**

Azt mondtad, ha ponikra kell lövöldözni, akkor azt csináljuk. Az adat ezt támogatja: a Quest **legjobban értékelt shooterei mind ingyenesek**, és a listavezető egy party-játék (Devil's Roulette, 74 700 értékelés). A műfaji kötődés **üzletileg költséges.**

De a döntést nem most kell meghozni — most azt kell megcsinálni, hogy 2027-ben **adat alapján** lehessen dönteni, ne hitvita legyen.

AMIT

A Shooting Range ARPU-ja (a 2. lépcsőből)

MIT DÖNT

Fizet-e a **mi** közönségünk ingyenes címben. Ha igen, az új cím F2P; ha nem, prémium.

AMIT

A Shooting Range fejlesztési költsége

MIT DÖNT

Ha olcsó volt, az önmagában a legerősebb érv egy második ingyenes cím mellett.

AMIT

A COVR playtest kapumetrikái (aug. végén jön)

MIT DÖNT

Tudunk-e olyan első órát csinálni, ami megtart — ez a legdrágább hiányzó képesség.

AMIT

A COVR launch tényadata

MIT DÖNT

Mennyit ér a taktikai FPS-pozíciónk. Ha a COVR a ZC2 fölé megy, van értelme folytatni; ha nem, nincs.

AMIT

Meta fejlesztői programok (~150 M USD 2025-ben S075)

MIT DÖNT

A UG hatjegyű partneri finanszírozást kapott IP-vesztés nélkül. Ha van elérhető keret, az új cím **nem a saját tőkéből** megy.

08 Amit nem tudok — és mi kellene hozzá

- **A Shooting Range ARPU-ja tiszta becslés.** Nincs rá saját mérésünk, mert a cím nem monetizál. A sáv (\$0,25–\$2,00) analógiából jön, nem adatból. **Ezért javaslom kísérletként, nem projektként.**
- **A Horizon+-t szándékosan kihagytam** — nálatok futó munka, és külön elemzés jön rá. A belépés feltétele 1 év futásidő és 4 csillag; egy címetek már bent van. S077
- **A platform-lefedettségi hézagokat nem tudom felsorolni,** mert nem tudom, melyik címetek melyik store-ban van fent. Egy egyszerű mátrix (cím × platform) órák alatt megmondaná, hol van elmaradt bevétel.
- **Nem tudom, mennyibe került a Shooting Range** — ha kiderül, hogy olcsó volt, az önmagában a legerősebb érv egy második ilyen cím mellett.
- **A bevételi bontás éves szám, nem trend.** Ha megvan 2–3 év visszamenőleg, látszana, melyik láb nő és melyik fogy.

Generátor: `99_scriptek/26_build_portfolio.py` ·

modell: `25_portfolio.py`

Kapcsolódó: `COVR_kutatas_2026-08-23.html` (a COVR
négy döntése) · `COVR_piacelemzes_2026-08-21.html`
(piaci háttér)