Nixxo Game 단말기

교육용 컨셉이 나올수 밖에 없는 5가지 이유

1. 국내 게임기 판매 현황

플레이스테이션 II

현금가:350,000
제조사:소니

X-BOX

예상가:400,000
제조사:마이크로소프트

피코플러스

현금가:168,000
제조사:삼성전자

게임보이어드밴스 GBA

현금가:90,000
제조사:닌텐도

미니 컴보이 칼라

현금가:60,000
제조사:닌텐도

GP32

현금가:230,000
제조사:게임파트

드림-엑스

현금가:86,000
제조사:메가와 게임

엑시비타

현금가:499 US$
제조사:삼성
* DVD+게임기

2.판매가별 추정원가와 스펙변화

최소 칼라

고 사양

* 비교추정원가					
Q2' 2002~Q1' 2003	지오 1차	vs 겜보이	지오 2차	vs 어드밴스	ST상품기획팀
판매가(KWS-ZIO)	₩50,000	₩75,000	₩100,000	₩125,000	₩150,000
판매가(US$)	$38.46	$57.69	$76.92	$96.15	$115.38
판매량	100,002	100,003	100,000	100,004	100,005
매출액(US$)	$3,846,231	$5,769,404	$7,692,308	$9,615,769	$11,539,038
공급가(납품가 to ZIO)	$36.54	$54.81	$73.08	$91.35	$109.62
제품원가	$34.71	$52.07	$69.42	$86.78	$104.13
제조경비	$12.00	$13.00	$10.00	$14.00	$15.00
Total MC	$22.71	$39.07	$59.42	$72.78	$89.13

* 공급가 = 판매가 * 0.95
* 제품원가 = 공급가 * 0.95

* MC별 주요스펙 변화					
CPU	8 bit	16 bit	16 bit	32 bit	32 bit
display 크기	1.5"	2 "	2"	2"	2.5"
LCD	STN 흑백	STN 흑백	STN color	STN color	TFT Color
동시발생수		4 gray	256 color	32,000 color	65,000 color
Sound	4 poly	4 poly	4 poly	16 poly	16 poly
Int Memory	16 M	16 M	16 M	16 M	16 M
Ext Memory(Pack)	4 M	4 M	4 M	4 M	8 M
대전게임	No	No	No	Yes	Yes
Downloading	No	No	No	Yes	Yes
RF, IrDA	No	No	No	No	Yes

3. 게임보이와 품질 비교분석

			<기술적특성>						
			하드웨어					soft	
	<고객특성>	상대적중요성	CPU	그래픽지원	LCD	SPEAKER	디자인구성력	캐릭터창조력	게임기획력
하드웨어	속도가 빨라야 한다	4							
	그래픽이 사실적이어야한다	6							
	게임에 맞는 음악이어야한	3							
	조작이 편해야 한다	2							
소프트웨어	매력적인 캐릭터가 있어야	5							
	게임이 다양해야한다	7							
	게임이 재미있어야한다	5							
평가	ST의 휴대용게임기								
	닌텐도 게임보이								
	닌텐도 게이보이 어드밴스								
기술적어려움									
부과된 중요도			3	10	6	2	4	8	8
평가된 비용									
목표치									

모든 요소에서 게임보이에 불리하기 때문에 게임 외적인 것에 승부를 걸수 밖에 없다.

1. 구매층 욕구충족
2. 판매층 제품 사양 만족

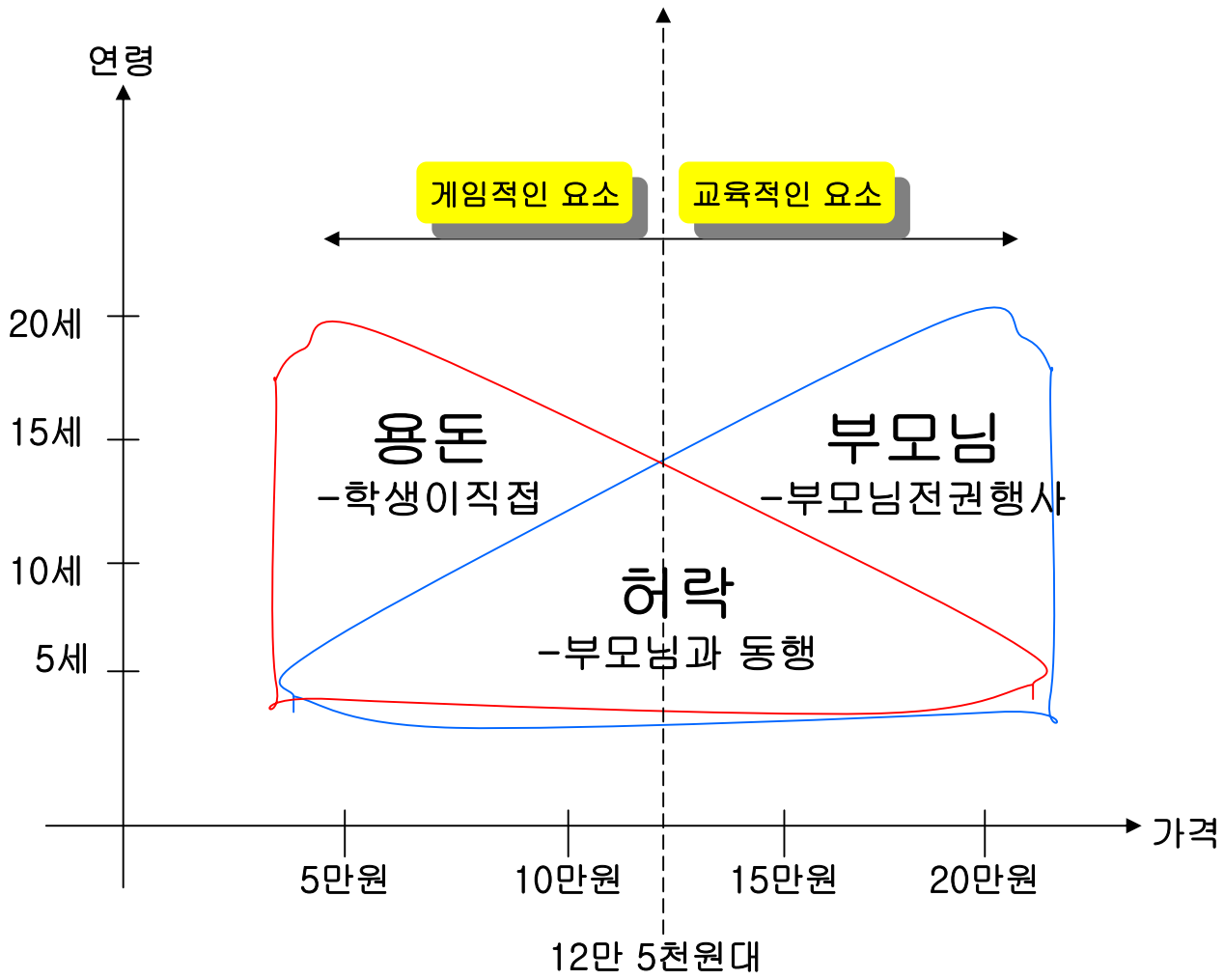
* 사용자가 가장 중요시하는 요소
(게임보이를 아는경우)

1. 게임다양
2. 그래픽
3. 게임 내용
4. 사운드

* 구매자가 가장 중요시하는 요소
(게임보이를 모르는 경우)

1. 가격
2. 부가적으로 교육있으면...

4. Who's Buyer? - 구매경제력



4. Who's Buyer? – 부모님...한국의 교육문화

전제조건 : 게임으론 백전백패 – 모든요소에서 게임보이에 뒤진다
교육적 측면 – 한국 부모들의 특성: 첫째도 교육,둘째도 교육

→ 게임단말기 + 게임 소프트웨어 + 교육적 소프트웨어 + 실용적 소프트웨어

교육Software	실용 Software	게임software	디자인
1. 영어사전 2. eBook 3. 계산기	1. 시계 2. 알람 3. 전자수첩	1. 기존모바일 게임 결합 2. 캐릭터 라이센스 –고가,위험성	1. 키패드 10개추가 –부모시전 끌기

* 단말기적 우선요소 : 게임Software > 제품디자인 > 교육software > 실용software
* 마케팅적 우선요소 : 교육sortware > 제품디자인 > 게임software > 실용software
* 실사용자 우선요소 : 게임software > 제품디자인 > 교육software > 실용

4. Who's Buyer? - 고객 니즈 분석

닉소 게임기 컨셉

	주부(302명)		어린이(308명)		초등학생(300명)		중학생(300명)	
1위	책(도서상품권)	23%	8위	0%	디지몽	40%	디아블로 CD	25%
2위	장난감(블록)	19%	2위	26%	핸드폰	11%	컴퓨터	24%
3위	레저스포츠용품	11%	3위	13%	키보드	10%	MP3	13%
4위	로보트/인형	10%	1위	30%	캐릭터학용품	8%		
5위	학용품류	7%	6위	?	게임CD	6%		
6위	옷	6%	7위	0%	컴퓨터	5%		
7위	게임기	4%	4위	15%				
8위	컴퓨터	4%	5위	?				

* LG백화점 , 2001년

* e-현대백화점, 2000년

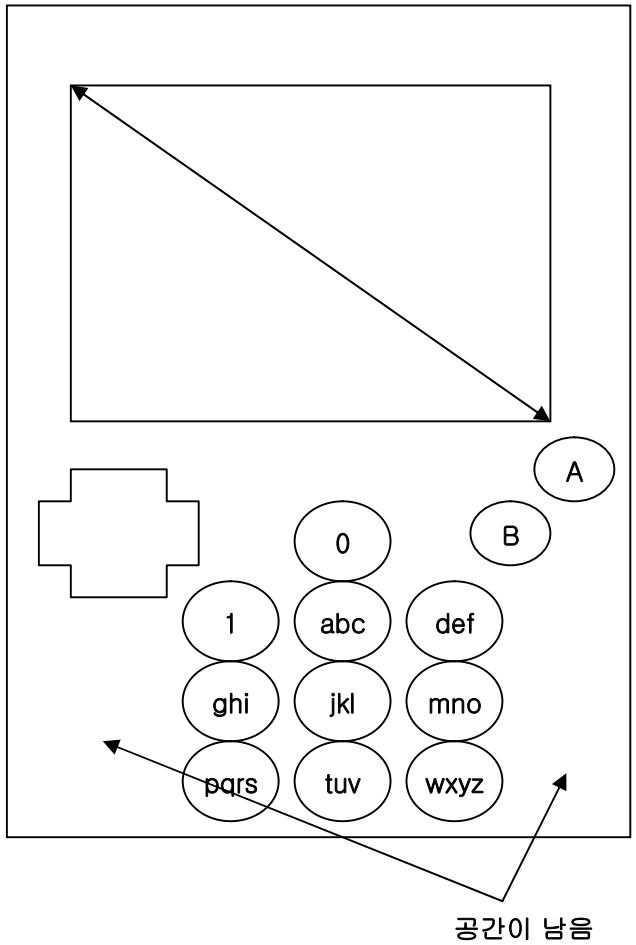
Who's Buyer – 게임기+휴대폰(디자인)+전자사전

Key Word " Educational "

1. 부모님 - 판매시점 부모시선끌기, 키패드 이용
2. 부모님 설득하기 – 영어사전 추가로 영어 교육적 요소 부각
3. 사용자(초등생) - 게임 소프트웨어의 계속된 업그레이드
4. 부모님 조르기 – 친구간 경쟁력, 유대감 유발
5. 청소년 – 핸드폰 키패드 이용, 영어사전, 계산기
6. 통합 모바일 게임기 – 모든 모바일 게임 모아 출시
   휴대폰 모바일 게임자의 관심 유도

* 게임팩의 다양화
- eBook?- 그림책...아이들에게 부모님이 직접 읽어주는
- 전자사전- 영어, 중국어, 일어, ...
- 게임소프트웨어의 계속된 업그레이드

4. Who's buyer – 디자인으로 부모님 시선끌기



1. 핸드폰식 키패드
   1. 초등생 핸드폰 사용욕구 만족
   2. IrDA등 무선 RF기능 추가
      - 가까운거리에서 문자발송
      -중,고생까지 소비자 확층

↓

2. 교육적 디자인+ 휴대폰 인터페이스
   1. 부모님 시선끌기-구입시점
   2. 핸드폰 하이틴 세대의 익숙함
   3. 사전, 계산기등의 유용성

+

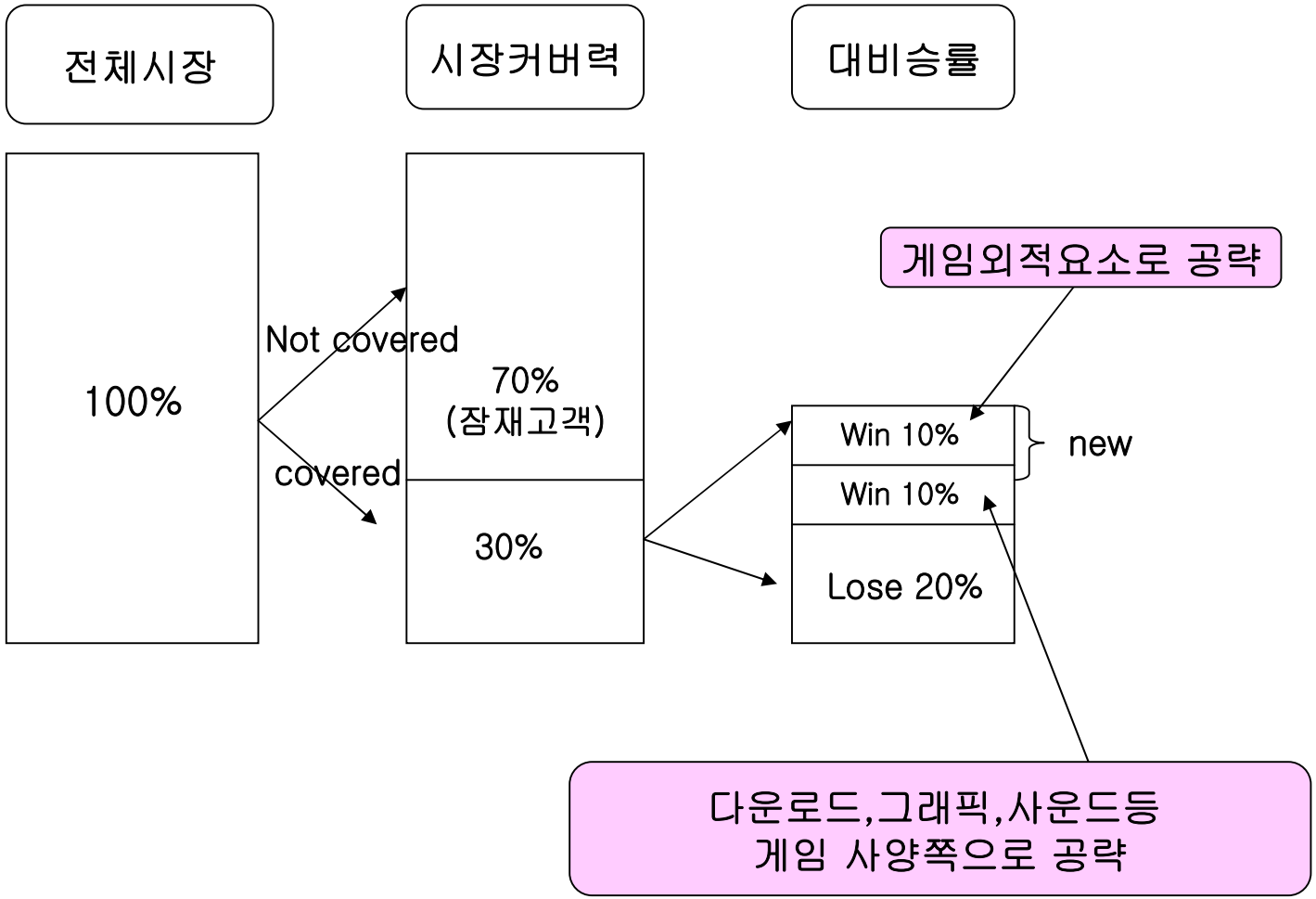
소비자 확대
초등생→ 휴대폰 구매욕구
중,고생-> SMS모방

4. Who's buyer – 디자인으로 부모님 시선끌기– Key 갯수 비교

개수	종류	지오	ST	gameboy	GBA	Neozio
1	Multi Key 1	O	O	O	O	O
2	Multi Key 2	O	O	O	O	O
3	Multi Key 3	O	O	O	O	O
4	Multi Key 4	O	O	O	O	O
5	A-Jump	O	O	O	O	O
6	B-shoot	O	O	O	O	O
7	select	O	0	O	O	O
8	start	O	1	O	O	O
9	Power on	O	2	O	O	O
10	Power off	O	3	O	O	O
11	Volume up	O	4	O	O	O
12	Volume dov	O	5	O	O	O
13	Up-Key 2		6		O	O
14	Up-key 2		7		O	O
15			8			
16			9			

* 게임보이 어드밴스보다 2개 더 많음

5. 마케팅전략 – 신규 마켓쉐어 점유율 확대



5. 마케팅전략 - POP전략

Point of Purchase- 구매시점

전략	게임보이 알고있는 경우		게임보이 모르는 경우	
구입방식	부모와함께	구매자만	부모와함께	구매자만
특징	가격	그래픽,게임	가격,교육	그래픽
판매원 인센티브 (판매원 설득내용) -개당 5000원	교육적 -영어사전 -eBook -영어팩제작(음성지원)	고그래픽 다운로드 -다양게임 16 폴리	교육,실용적 -영어사전 -eBook -영어팩제작(음성지원)	다운로드 -다양게임 고그래픽 휴대폰구매욕구강조 -SMS식 문자 주고받기 16 폴리
카운터 디스플레이	카운터에 전략적으로 디스플레이			
화려한 박스				
로봇끼워주기				