

Несмотря на 30% комиссию, Valve продолжает доминировать на рынке цифровой дистрибуции, тогда как Epic с её 12% и щедрой системой скидок так и не смогла отвоевать лидерство.

Почему? Аналитик Крис Зуковски уверен: всё дело в психологии.

По его словам, Steam удалось вырастить уникальную аудиторию — геймеров, которые массово покупают игры «на будущее», даже не собираясь играть в них прямо сейчас. По сути, Valve «продлила сутки» для каждого игрока, пообещав, что когда-нибудь у них будет время — и это сработало.

Зуковски приводит данные: большинство участников Steam Next Fest только добавляют проекты в вишлист, даже не запуская бесплатные демо. Более того, многие геймеры открыто признают, что запускают лишь малую часть своей библиотеки.

Пример — журналист Крис Рэй, владеющий 6062 играми в Steam, но запустивший всего около 20% из них. Steam зарабатывает не на вовлеченности, а на надежде — и именно в этом его гениальность.