

# Funtsezko jarduerak

Tertulias Games konpainiak bideojokoak sortuko ditu.

Jokuaren estetika bisualaz eta jokoaren historioaz arduratzen da.

Honetaz gain, marketing lana egingo dugu, jokua ahalik eta jende gehiagok jolastu dezala. Komunitatea sortu nahi dugu sare sozialetako plataforma ezberdinetan, Tertulias Games konpainia asko arduratzen da bere komunitatea zaintzeaz, beraz mantenimendu lan asko egiten du.

## • Ekoizpena

Hiru talde handitan banatuko faktoreak behar dira: lurra, kapitala eta lana.

Lurrez ari garenean, baliabide naturalak barne hartzen dituen produkzio-faktoreaz ari gara; lana da etekinak sortzera bideratutako giza ahalegina, hau da gure lan taldea, 09:00tik 14.00 ra arte egindo dute lan, bi deskantsuekin.

Eta kapitala da beste bien ondoriozko faktorea. Azken faktore horrek zuzenean kontsumitu ahal izateaz gain, beste ondasun batzuen ekoizpena handitzeko ere balio duen ondasun-multzoa adierazten du.



## • Arazoak konpontzea

Arazoak konpontzeko gure komunitate fidelarekin egongo gara kontaktuan sare sozialetan, eta arazo teknikoak konpontzeko laguntza emango diguten kanpoko teknikari eta enpresa ugari ditugu. Ordenagailuak konpontzeko teknikariak eta telekomunikazioetako espezialistak.



## Enpresaren eginkizunak.

Bideojokoen enpresa arduratzen da bideojokoen garapenarekin, merkaturatzearekin eta merkaturatzearekin lotutako jarduera guztiak koordinatzeaz eta zuzentzeaz. Funtsezko bazkideek rol espezifikoa betetzen dituzten arren, enpresak funtzio zabalagoak ditu:

Kudeaketa eta zuzendaritza:

Enpresaren ikuspegia eta estrategia definitzen ditu, garatuko diren joko-motei, erabiliko diren merkatuei eta abarri dagokienez.

Jokoen garapena:

Garapen-taldea koordinatzen eta gainbegiratzen du, eta, horretarako, jokoak kalitate-estandarren arabera eta enpresaren ikuspegiarekin bat etorri garatzen direla ziurtatzen du.

Merkataritza-eragiketak:

Akordioak negoziatzen ditu, aliantzak ezartzen ditu eta jokoak banatzeaz arduratzen da, salmenta-taldearekin lankidetzan.

Marketina eta sustapena:

Marketin-estrategiak diseinatzen ditu jokoak sustatzeko, entzule objektiboak erakartzeko eta markaren ikusgarritasuna handitzeko.

Finantza-kudeaketa:

Finantza-baliabideak administratzen ditu, garapenerako aurrekontua, marketina eta beste gastu operatibo batzuk barne.

Inbertsiogileekiko harremanak:

Inbertitzaileekiko harremanak kudeatzen ditu, baldin badaude, eta enpresaren aurrerapena eta lorpenak jakinarazten ditu.

Monetarizazioa eta negozio-estrategiak:

Diru-sarrerak sortzeko estrategiak garatzen ditu, dela jokoen salmentaren bidez, dela aplikazioaren barruko erosketen bidez, dela publizitatearen bidez edo beste negozio-eredu batzuen bidez.

Erkidegoaren kudeaketa:

Jokalariei komunitatearekiko elkarreraginak gainbegiratzen ditu, iruzkinei erantzunez, sare sozialetan parte hartuz eta fanatikoen oinarri bati eutsiz.

Laburbilduz, bideojokoen enpresa jarduera guztiak koordinatzen eta ikuskatzen dituen erakunde zentrala da, bideojokoen garapena eta merkaturatzea arrakastatsuak izan daitezzen eta enpresaren helburuekin bat etorri daitezzen bermatzeko. Funtsezko bazkideak laguntzaile espezializatuak dira, eta helburu horiek lortzeko trebetasun espezifikoekin laguntzen dute.