

Voodoo devient l'éditeur de jeux mobiles le plus téléchargé au monde avec 6 milliards de téléchargements

Avec 6 milliards de téléchargements, Voodoo devient l'éditeur de jeux mobiles le plus téléchargé au monde. Voodoo devient ainsi la troisième entreprise la plus importante en termes de téléchargements depuis la création de l'App Store, aux côtés de Meta, Google et devant Microsoft, Tencent Games et Bytedance.

Temps de lecture : minute

16 mai 2022

La licorne française du jeu vidéo mobile passe un nouveau cap, moins d'un an après l'annonce de sa dernière levée de fonds. Voodoo annonce aujourd'hui avoir atteint les six milliards de téléchargements. Pour comprendre la croissance et les recettes du succès de Voodoo, Maddyness s'est rapproché d'Alexandre Yazdi, cofondateur et CEO de Voodoo. Comment Voodoo a-t-il atteint ce succès ? et comment les équipes misent-elles sur l'avenir ?

Dans le monde de la création de jeux vidéo, Voodoo compte une vingtaine de studios en interne et accompagne près de 2 000 studios en externes. Ces neuf dernières années, Voodoo a suivi 3 étapes clé, qui ont fait la réussite de la startup (en témoignent les jeux à succès présentés sur le site de l'éditeur).

3 étapes pour provoquer le succès d'un jeu mobile

Alexandre Yazdi parle avant tout de l'importance de cette première étape qui est l'idéation. *"Nous aidons les studios à trouver des idées, en leur donnant des directions sur ce qui fonctionne sur le marché en ce moment. Est-ce que ce sont les jeux de type "runners" ou "puzzles games" qui fonctionnent en ce moment par exemple ? Quels sont les contrôles qui marchent le plus, les types de caméras à prendre en compte, les types de design tendance etc."*. Une manière de s'assurer un certain succès auprès d'un public attentif aux concepts proposés par les studios de développement.

Ensuite, la seconde étape de publier le jeu sur Voodoo. *"Les studios construisent des prototypes basés sur des données que nous avons analysées, et vont publier leurs nouveaux jeux sur notre plateforme. Cette dernière va automatiquement tester les jeux auprès du marché, grâce à notre technologie entièrement automatisée"*. Voodoo permet alors de récolter rapidement des retours, pour savoir très vite si le jeu a du potentiel.

Si tel est le cas, la troisième étape consiste à *"améliorer la performance, optimiser le contenu. Puis, vient ensuite le lancement, avec beaucoup de marketing pour que des joueurs prennent connaissance du jeu"*. Voodoo prend également en charge la monétisation du jeu, en partageant les revenus avec le studio. Pour Alexandre Yazdi, *"c'est vraiment cette approche à la fois opérationnelle et technologique, qui fait que nous sommes full stack dans l'accompagnement des studios"*.

“L'an dernier, nous nous sommes dits que

nous irions sur le segment blockchain”

Voodoo a récemment investi dans les studios blockchain Volt Games et Tummy Games. Si les équipes de Voodoo ont décidé de s'engager dans le développement du segment des jeux mobiles blockchain en créant la prochaine génération de jeux dits "*play-to-earn*", c'est parce que "*cela peut devenir le nouveau mode d'utilisation des jeux, c'est un peu un nouveau business model qui remplace le free-to-play actuel*" contextualise le CEO.

Pour Alexandre Yazdi, "*il y a déjà eu des exemples de succès et déjà beaucoup de concepts qui fonctionnent. Cela prouve qu'il y a une demande, une demande qui croit très fortement*". Et c'est peut-être la clé de la réussite : anticiper les envies et besoin du marché. "*Nous sommes à l'aune de ce nouveau segment, c'est là que les leaders vont se créer, donc nous tentons d'y aller*".

En 2022, Voodoo dépassera la barre du demi-milliard d'euros de revenus, avec une croissance de 700% en 5 ans.



À lire aussi

Voodoo réserve 200 millions de dollars à des studios de jeux vidéo blockchain prometteurs

Article écrit par Charlotte Rabatel