



Игрок привыкает к игровому миру социальной игры. Он готов на маленькое изменение, но не готов менять все в корне. Когда в один из дней он видит вместо знакомого приложения, в которое он вложил деньги, что-то другое и совершенно новое, то это вызывает у него самые отрицательные эмоции.

Оптимальное количество обновлений за один раз – около трех-пяти единиц чего-то нового, например, добавление новых костюмов или семян. Вспомните, что чаще всего все и сразу никто не меняет. А маленькое количество нововведений стимулирует развитие необходимой динамики.

Некоторые крупные приложения в свое время очень сильно прогадали, кардинально обновив свой облик.

Откуда стремление все поменять? Видимые полные перемены несколько раз успешно проводили создатели игр для Фейсбука, помня об их примере, начинающие компании так не раз теряли аудиторию. В действительности, видимость глобальных перемен в играх Фейсбука были только показательными, поскольку пользователь мог продолжить играть по-старому, не прилагая к этому больших усилий для поиска. Все крупные игры на Фейсбуке – это детище также и команды психологов.