

Ниндзя с Мороженым

Развёрнутый концепт-документ мобильной игры

1. Концепция	1
1.1. Введение	1
1.2. Цели проекта	2
1.3. Жанр	2
1.4. Платформа	2
1.5. Аудитория	2
1.6. Монетизация	3
2. Ключевые особенности	3
2.1. Аддитивный геймплей	4
2.2. Позитивный казуальный сеттинг	7
2.3. Мини-игры	8
2.4. Внутриигровые итемы	10
2.5. Увлекательные персонажи	12
2.6. Интуитивные интерфейсы	13
2.7. Мета-геймплей	15
2.8. Достижения	16
3. Черновик Бизнес-плана	17
3.1. Примерные расходы	17
3.2. Ожидаемый доход	17
3.3. Проценты участников	18
3.4. Методология разработки	18
3.5. Риски и перспективы	18
3.6. Пререлизковые работы	19
3.7. Пострелизковые работы	20

1. Концепция



1.1. Введение

Ниндзя с Мороженым — первый этап становления Братства Умов. Проект перспективен, а универсальный движок игры минимизирует риски. Анализ рынка показывает отличную возможность заработка минимальными трудозатратами.

1.2. Цели проекта

Братство Ума преследует ряд целей в разработке Ниндзя с Мороженым:

- Выпуск нишевой игры с большим потенциалом «взрыва»;
- Создание и обкатка движка для дальнейших проектов команды;
- Сбор ключевых сотрудников;
- Поиск партнёров для издательства и финансирования.

1.3. Жанр

Ниндзя с Мороженым — уникальная аркадная RPG, основанная на механике свайпа. Идея вдохновлена [Fruit Ninja](#) и [Veggie Samurai](#). Но вместо разрезания фруктов игрок пальцем управляет перемещением ниндзя-девушки, которая раздаёт супер-мороженое людям.

1.4. Платформа

Мы разрабатываем на Unity. Поэтому в планах портирование на все основные мобильные платформы — iOS, Android, Windows Phone и т.д. Также рассматриваем вариант web-версии игры.

1.5. Аудитория

Геймплей удовлетворяет потребности различных аудиторий игроков (мульти-аудитория). Ниндзя с Мороженым — одна из немногих мультиаудиториальных игр с гармоничным симбиозом хардкорности и казуальности.

- Позитивный яркий сеттинг, персонажи, простое управление и динамичный геймплей привлекают казуальщиков и мидкорщиков.
- Большой выбор игровых целей и действий, вызов, переигрываемость, тактичность — привлекают хардкорщиков.

[Исследования рынка](#) показали потенциальный и очень высокий интерес мидкорщиков к свайп-механикам, которые зависят от точности, тайминга, реакции. Это означает, что даже без «взрыва», проект будет интересен многим. А при доле удачи — Ниндзя с Мороженым затронет огромный спектр игроков, независимо от возраста, пола и демографии.

Дополнительно, команда применяет стратегические дизайн-решения по расширению аудитории:

- Разные игровые режимы требуют разное количество времени для игровой сессии — от 60 секунд до 5 минут. Даже за 10-секундную сессию игрок соберет ресурсы и получит награды. Гейм-дизайн адаптирует игру для любых жизненных ситуаций, и любых аудиторий.
- Под казуальной оболочкой игры спрятан мощный вызов для хардкорщиков. Поздние стадии игры рассчитаны именно на них, кто желает достижений, высших позиций в таблицах лидеров, максимального контента.
- Уникальная идея бесплатной раздачи мороженого способствует лояльности родителей самых маленьких игроков. Ниндзя с Мороженым отлично подходит для семейных игровых сессий. Общая простота и юзабельность делает игру понятной даже детям.
- Планируемый контентный патч (мультиплеер и соц-функционал) значительно усилит позиции проекта в каждом затронутом сегменте рынка.

1.6. Монетизация

Игра бесплатна. Игроки осуществляют внутриигровые покупки, получают hard-currency, которую используют для ускорения создания супер-мороженого и тележек. До десяти уникальных игровых итемов доступны игрокам исключительно за реальные деньги. Чек варьируется от 1 до 200 долларов. Дальнейшие патчи поднимут верхнюю планку чека до 500 и выше.

Далее, в одном из контентных патчей мы планируем ввести кастомизацию персонажей, которая расширит монетизационный потенциал приложения вплоть до бесконечности. Кастомизация крайне популярна в играх — это глобальный феномен игровой индустрии.

Помимо доната, игроки просматривают партнёрские видеоролики для получения hard-currency. Это генерирует дополнительное ревеню проекта.

2. Ключевые особенности

2.1. Аддиктивный геймплей

2.1.1. Формула успешного геймплея

Ниндзя с Мороженым соответствует общеизвестным формулам успеха, которым следуют топовые проекты, как Fruit Ninja, Angry Birds, Clash of Clans, а также большинство мобильных игр. Эти основы успешной разработки повышают retention-метрику (удержание), сильно и надолго вовлекая аудиторию в игровой процесс:

- Короткие игровые сессии — хорошая игра доступна игроку независимо от жизненной ситуации. Будь то 2-3 минуты между остановками в транспорте, 10 минут офисного перерыва или полноценный отдых в конце дня. Продолжительность игровых сессий Ниндзя с Мороженым зависит от выбранного режима (раздел «Мини-игры»). Игрок получает полноценную радость, как за 60 секунд, так и за 3-5 минут. Удовольствие гарантировано даже при сверхкоротких сессиях в 5-10 прикосаний к экрану (раздел «Мета-геймплей»).
- Динамичный игровой процесс — никакой пошаговости, ожидания. Игрок в реальном времени принимает решения при помощи внимательности, реакции, скорости, тайминга. Геймплей Ниндзя с Мороженым динамичен 90% игрового времени. Исключение — лишь мета-геймплей между уровнями, где игрок спокойно управляет глобальной стратегией своего развития.
- Простейшее интуитивное управление — тренд будущего. Примеры в большинстве мобильных приложений: в Jetpack Joyride (и большинстве раннеров) весь экран является одной большой «кнопкой» управления персонажем, в Candy Crash Saga (и всех match-3) фишки перемещают короткими свайпами, в Clash of Clans (и большинстве стратегий) всё разнообразие игровых действий осуществляют тапом.
- Приятные «поглаживания» игрока – награждения в играх играют важнейшую роль. Психология поощрения работает для всех аудиторий игроков, независимо от пола, возраста или демографии. Это один из краеугольных камней игровой индустрии. Поэтому, Ниндзя с Мороженым награждает игрока за каждое действие, за каждый свайп или тап по экрану. Всё доставляет удовольствие и способствует игровому развитию.

2.1.2. Свайп-персонаж

Исследования показывают, что управление свайпом используется в большинстве успешных проектов. Angry Birds, Cut the Rope, Temple Run, Fruit Ninja, весь жанр мач3, все слайсеры, ксониксы и сотни других игр. Однако никто не «прикрепляет» персонажа к пальцу. Ниндзя с Мороженым вводит понятие свайп-персонажа. Главный герой (ниндзя) выполняет действия синхронно с движением пальца. Что это даёт:

- Игрок всегда видит своего персонажа, не теряя при этом контроль над игрой.

- Дополнительное награждение, так как при свайпе персонаж выполняет анимации и озвучивает их.
- Возможность реализации уникального сеттинга и мета-геймплея.
- Логичное объяснение для игровой механики, зачастую отсутствующее в играх.

2.1.3. Множество игровых целей

Чем больше игрок имеет целей, тем больше вовлекается в игровой процесс. Ниндзя с Мороженым ориентирует игроков на долгосрочные отношения с игрой, по аналогии с крупными MMORPG-играми. А сам проект ориентирован на долгий срок жизни.

2.1.3.1. Локальные цели на уровнях:

- Раздать мороженое людям на игровом поле;
- Увернуться от штрафных людей;
- Раздать мороженое нескольким людям подряд (комбо);
- Вовремя активизировать супер-мороженое (тележку);
- Пройти/перепройти уровень полностью;
- Выполнить задания уровня;
- Получить в награду игровые ресурсы и опыт.

2.1.3.2. Локальные цели между уровнями:

- Улучшить уровень мастерства;
- Создать супер-мороженое и тележки;
- Открыть новые игровые режимы и уровни;
- Открыть новые мороженки и тележки;
- Получить достижения;
- Улучшить здания.

2.1.3.3. Мета-цели:

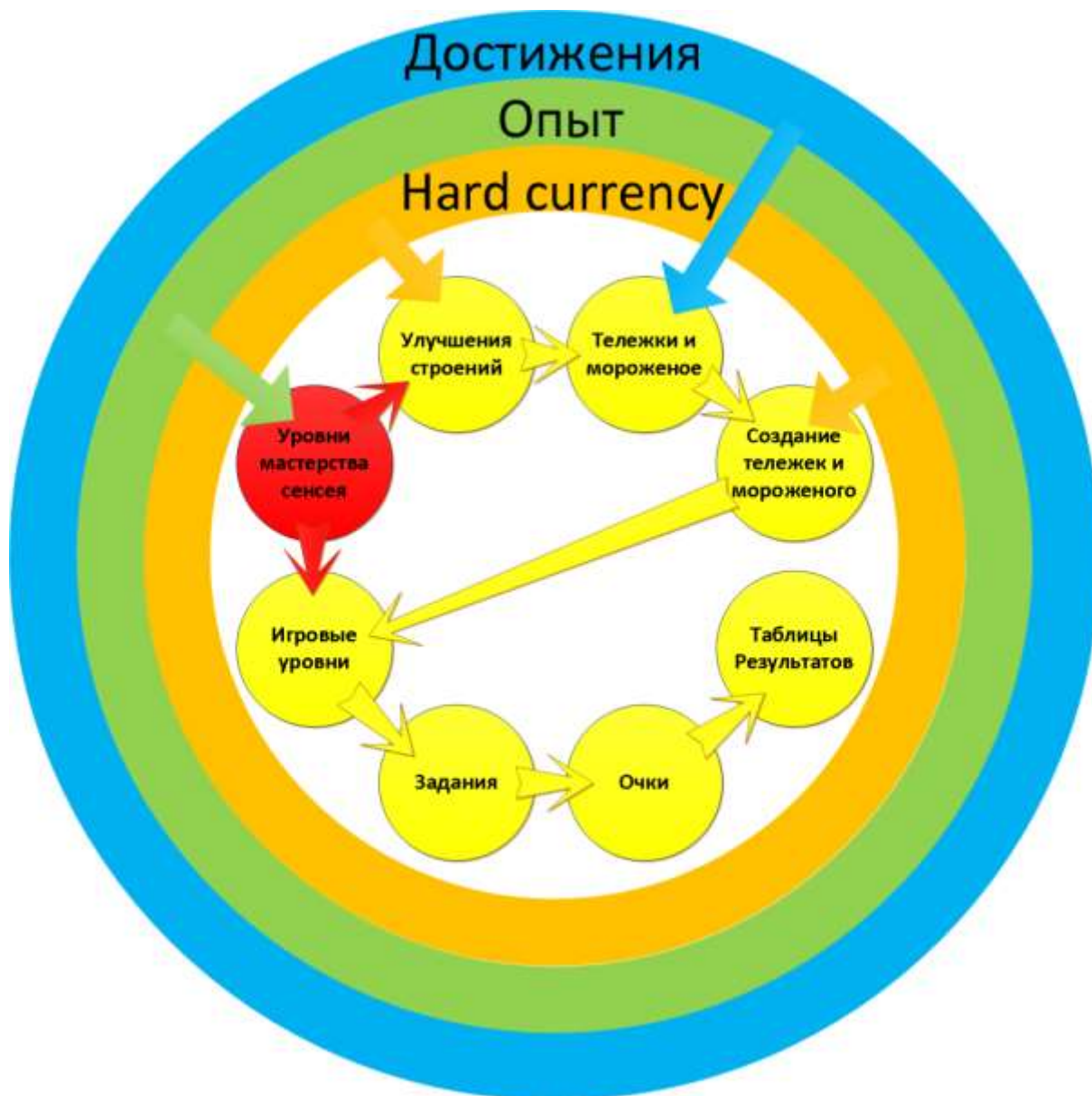
- Пригласить друзей в игру;
- Просмотреть партнерские видео;
- Вложить реальные деньги в игру.

2.1.3.4. Глобальные цели:

- Усовершенствовать игровые навыки;
- Открыть весь контент;
- Достичь максимального развития зданий и уровня мастерства сенсея;
- Пройти все уровни и игровые режимы;
- Достичь верхней позиции в лидербордах;
- Следить за контентными патчами и проходить их полностью;
- Следить за результатами друзей и быть первым среди них на каждом уровне.

2.1.3.5. Игровые ресурсы:

Игровые ресурсы сами по себе являются целями, плюс влияют на другие цели, и в целом, влияют на удержание. Схема и объяснение (под схемой):



- Все игровые действия дают опыт;
- Опыт открывает новые уровни мастерства сенсея;
- Уровни мастерства сенсея открывают игровые уровни и улучшения строений;
- Игровые уровни дают задания и очки;
- Очки улучшают положение игрока в таблицах результатов;
- Улучшение строений открывает тележки и мороженое;
- Создание тележек и мороженого позволяет использовать их на игровых уровнях;
- Все игровые действия открывают достижения;
- Достижения открывают тележки и мороженое;
- Все игровые действия (и микротранзакции) дают hard currency;

- Hard currency ускоряет создание тележек и мороженого, ускоряет улучшение строений.

2.2. Позитивный казуальный сеттинг

2.2.1. Принцип отдачи

Игра основана на уникальном принципе безвозмездного отдавания. Это сделано в противовес всемирному игровому тренду «собирать и уничтожать», характерному для 90% игр на всех платформах и жанрах. Так игроки либо что-то разрушают (даже фишки в мач3-играх), либо что-то берут/получают, зачастую без равноценного обмена. С философской и моральной точки зрения, это символизирует гнев и жадность. В Ниндзя же персонажи (ниндзяшки) раздают людям мороженое совершенно даром, в рамках тренировки своих навыков. Сенсей (игрок) получает лишь опыт, улучшая уровень своего мастерства, которое открывает доступ к новым игровым возможностям.

2.2.2. Позитивные образы

Главные герои — ниндзяшки — позитивны, в противовес привычной ассоциации с ниндзя. Образ доброй девушки-ниндзя казуален и привлекает все аудитории игроков, кроме хардкорщиков (большинства). Игрок не управляет лезвием меча для разрезания фруктов (Фруктовый Ниндзя). Это ориентирует проект на мультиаудиторию. Так мы адаптируем хардкорную игровую механику для мидкорных и казуальных игроков.

Даже «враги» игрока – смешные и веселые люди, которым он раздаёт мороженое. Каждый образ человека максимально юмористичен.

Плюс, вместо неказистого сложного 3D, все персонажи выполнены и анимированы в 2D. Это придаёт игре мультяшность и яркость.

2.2.3. Супер-вселенная

Мир игры максимально подобен реальности, сюжетные события происходят в современном мегаполисе. Такой сеттинг прост и интуитивен для восприятия игроками — им легче войти в образ сенсея.

Вкрапления магии, легкий оттенок футуристичности, супер-способности — всё это привычно для большинства игроков. Это касается и многих казуальных игроков, в связи с популярностью супергероев в комиксах, фильмах и мультях. Такие элементы сеттинга более популярны в мире, чем средневековая магия.

Игровая вселенная не раскрывается в игре полностью, но проработана очень детально. Факты сюжета, мира, героев активно присутствуют на форумах, промо-материалах, руководстве, сайте, группах и т.д. Это важно для комьюнити, так как повышает интерес к игре со стороны игроков-эксплореров и игроков-коммуникаторов, а также благоприятно для фанатов игры, в целом.

Проработанная игровая вселенная даёт больше возможностей по расширению контента и способствует раскрутке игры.

2.2.4. Мини-сюжет

Интрига способствует удержанию игроков. Поэтому в игре присутствуют злодеи, которые завидуют сенсею и желают использовать секрет супер-мороженого для своих эгоистичных планов. Впрочем, негативные образы и сцены не несут насилия, а юмористичны.

Сюжет не давит на игрока обилием диалогов. Здесь присутствует минималистичность, в соответствии с классикой гейм-дизайна простых казуальных игр. Тем не менее, сюжетные мини-сцены присутствуют повсюду в игре, глубже погружая игроков во вселенную игры, раскрывая характеры персонажей.

2.3. Мини-игры

2.3.1. Тренд игр с несколькими режимами

Тренд мульти-режимов отлично показывают все игры для детей. Там в одном приложении зачастую умещены 5-10 разноплановых механик. Дети непоседливы, им необходимо разнообразие — так и многим игрокам, в разной степени.

Еще пример — киберспортивные МОБА-игры с десятками уникальных сложных механик персонажей. За счёт этого «срок жизни» среднего игрока может достигать нескольких лет там.

Во многих играх разработчики вводят альтернативные игровые режимы, помимо основного. Самый банальный пример – режим на время, выживание, мультиплеерный режим. Подобные режимы давно стали классикой в большинстве жанров, в тысячах игр за всё время существования игровой индустрии.

Еще пример – внутри некоторых НОРА-игр (Hidden Object Puzzle Adventure), встречаются 2-3 десятка мини-игр. Каждая из которых представляет собой уникальную механику, оригинальный геймплей. Потому игры в этом жанре до сих пор делаются очень долго, но с лихвой окупаются за счёт бешеного удержания.

Отличный референс для Ниндзя с Мороженым – это девять режимов Veggie Samurai. Подобный трюк с мультирежимностью даже задействовали Halfbirck в своем юбилейном патче Фруктового Ниндзя. Однако в обоих референсах отсутствует мета-геймплей, который объединяет мини-игры общей канвой. В Ниндзя же мета-геймплей есть, о чем речь пойдет ниже.

Мультирежимность увеличивает срок жизни игры на порядок при минимальных трудозатратах. Даёт громадный задел на будущее, в частности, для мультиплеерной версии.

Многорежимность позволяет сделать с игрой очень многое. Например, ввести задания, радикально увеличивающие удержание. Или увеличить количество достижений в разы. Всё это влияет и на монетизацию тоже, так или иначе.

А также способ избавиться от рисков бизнеса. В случае неудачи, команда может выпустить режимы отдельными приложениями, просто акцентируя нужные детали. Причем здесь не будет особого жанрового ограничения.

2.3.2. Обзор игровых режимов

2.3.2.1. Аркадный режим

Основная мини-игра, в которой целью является набор высшего хайскора. Сложность постоянно высока, сессия ограничена временем. Ниндзя перемещается мгновенно за свайпом игрока.

2.3.2.2. Про режим

Бесконечная мини-игра с усложненными правилами. Сложность нарастает постепенно, сессия бесконечна. Ниндзя перемещается за свайпом игрока с задержкой, что усложняет тайминг свайпов. Режим представляет особый интерес для хардкорщиков.

2.3.2.3. Сбор фруктов

Расслабляющий режим, в котором игрок избавлен от штрафов. Цель – набрать некоторое количество фруктов для создания супер-мороженого. Время сессии – блиц, рассчитанный на 20-30 секунд. С задачами мини-игры можно справиться даже держа телефон одной рукой, играя одним пальцем. С этим режимом может справиться даже 3-4-летний ребенок.

2.3.2.4. Бег

Раннер-режим, в котором персонаж движется по игровому миру (вертикально). В таком режиме игрок должен больше уворачиваться от штрафных людей, и только изредка раздавать мороженое бонусным людям. По сути, режим является

уникальной игрой в жанре раннер, соответствующий канонам, но с мгновенным перемещением персонажа.

2.3.2.5. Метание мороженого

Истоки данного режима лежат в области шутеров, где игрок должен рассчитывать траекторию полёта снаряда. Еще один интересный игровой опыт, легко реализуемый с использованием возможностей нашего движка. Хороший референс данного режима — всемирно известная Zuma от Popcap. Да и Angry Birds.

2.3.2.6. Мультитач-режим

Игрок управляет двумя персонажами одновременно. Спектр игровых задач сильно расширяется.

2.3.2.7. Совмещение

Аналог игр жанра «три в ряд», как Puzzle Craft или Jelly Splash. Люди заполняют всё игровое поле шеренгами, а задача игрока – раздавать мороженое однотипным людям. После этого поле обновляется.

2.3.2.8. Кампания

Объединяет все режимы сюжетной канвой – каждый уровень кампании является мини-игрой с разнообразными задачами.

2.3.2.9. Авторежим

Игрок может запустить прохождение уровня в оффлайн режиме. ИИ сам выполнит всю работу, игрок получит бонусы, опыт и т.д. На время авторежима игрок не может играть в другие режимы. Это хорошо, чтобы оставить игру на ночь.

2.4. Внутриигровые итемы

2.4.1. Тренд итемизации

Супер-мороженое и тележки усиливают тактический элемент геймплея. Игрок кастомизирует свой стиль игры, ищет удачные сочетания итемов для улучшения результатов, повышения наград. Итемы нужны проекту по многим причинам. Итемы — один из всемирных трендов гейм-дизайна, и один из краеугольных камней игровых развлечений. Во многих играх всех жанров и платформ микроменеджмент покупки/продажи/анлока итемов усиляет геймплей и монетизирует приложение. Стратегию многоитемовости, к примеру, применили Halfbrick в патче 2.0 Фруктового Ниндзя, и в азиатской версии игры. Это открыло новую жизнь старого геймплея.

2.4.2. Долгосрочные цели

Игрок открывает итемы по мере набора опыта, и за сложные достижения. Это способствует удержанию, так как игрок видит впереди цели, к которым хочет стремиться. В интерфейсах игрок видит, какие итемы ждут впереди, желает их получить, и старается сделать это. Соответственно, большинство итемов открываются на более поздних стадиях, потому это и называется долгосрочными целями. Степень желания получить итем зачастую определяет количество входов в игру, то есть влияет и на DAU/MAU.

2.4.3. Тактика и стратегия

Игрок производит супер-мороженое и тележки на своих фабриках, и затем расходует в игровых режимах. В разных режимах можно добиться лучших результатов, применяя соответствующие комбинации итемов. Таким образом для успешного выполнения заданий и улучшения хайскаров игрок заинтересован в открытии и правильном выборе итемов. Это играет особую роль для хардкорщиков, которые жаждут высших позиций в мировых лидербордах и среди друзей.

2.4.4. Награждение

Итемы вносят в игру многообразное награждение:

- при крафтинге игрок получает осязаемый результат своих вложений времени и ресурсов в игру;
- при активации тележек и супер-мороженого на уровне параметры ниндзя повышаются — это тактическое удовлетворение игрока (довольство своим выбором);
- моменты открытия итемов при левелапах и апгрейдах зданий дают ощущение прогресса и достижения;
- итемы выдаются администрацией бесплатно в период акций, праздников, контентных патчей, соревнований — халява традиционно приятна и привлекательна.

Все эти и другие события сопровождаются эффектами и анимациями, приятными 100% игровой аудитории.

2.4.5. Монетизация

Создание итемов требует время, но процесс можно ускорить при помощи hard currency, то есть за донат. Подобная стратегия монетизации применяется в большинстве f2p мобильных игр всех жанров.

2.5. Увлекательные персонажи

2.5.1. Привлечение внимания

Ниндзяшки и люди постоянно на виду — и на игровом поле, и в интерфейсах. Мультиаудиториальность Ниндзя с Мороженым подразумевает, что игроки уделяют персонажам больше внимания, чем в среднестатистической игре. Поэтому НПЦ требуют максимальной проработки, как по арту, так и по анимациям. Игрок должен видеть персонажей, различать их, рассматривать, увлекаться ими, любить, радоваться, жить персонажами и сопереживать им.

Дополнительный бонус казуальных образов – промо-материалы привлекают больше внимания.

2.5.2. Количественный фактор

Мульти-персонажевость – тренд игробудущего, который уже применяется во многих топовых проектах. Здесь используется стратегия аниме-сериалов, где в одной сюжетной истории участвует большое количество героев с уникальными характерами. Аниме популярны, как и просто мультфильмы – все их любят. Частично этот тренд касается и тв-сериалов. Так мульти-персонажевость увеличивает удержание, а следовательно и срок жизни игрового приложения. Это сильно вовлекает игрока в игровую вселенную, возвращает его в игру раз за разом.

В Ниндзя, в целом, планируется около 15-20 уникальных людей и ниндзяшек. Это и задел на будущее, так как позволяет комбинировать игровые механики, выпуская новые игровые режимы. что достаточно много, по сравнению с играми в подобных жанрах.

2.5.3. Качественный фактор

Требования по качеству персонажей приближены к качественным детским играм, где персонажи играют сверхважную роль, как в мультфильмах. Арт, анимации и озвучка людей выполнены максимально и ярко, чтобы получить одобрение от всех игровых аудиторий, от казуальщиков до хардкорщиков.

Образ каждого персонажа ассоциативно связан с его стилем, цветами, характером и механикой. Так толстяк хочет много мороженого, крупная ниндзяшка перемещается медленнее, мрачные старики деморализуют ниндзяшек, мелкие пацаны быстро бегают, злобных копов нужно обходить стороной и так далее. Ассоциативный подход казуализирует игровой процесс, способствует обучению, уменьшает потенциальную фрустрацию из-за недопонимания или неожиданности.

2.5.4. Эффект награждения

В связи с оригинальностью идеи игры – раздача мороженого — люди обеспечивают геймплей не только челенджем, но и награждением. Можно сказать, что люди выполняют роль «монет», которые «собирают» игроки. Поэтому анимации и эффекты раздачи мороженого проработаны максимально «награждабельно», чтобы игрок был очень доволен и испытывал желание повторять раздачу мороженого снова и снова.

С другой стороны, всё то же самое касается и субъектов раздачи мороженого — ниндзяшек. В связи с управлением ниндзяшкой при помощи пальца, игрок видит их на игровом поле реже, чем людей. Но присутствие ниндзяшек, как основных персонажей, в разы важнее присутствия людей. Как и тот факт, что проработка образов, анимаций, звуков, эффектов ниндзяшек переносится и в игровые интерфейсы.

2.5.5. Тактичность

Количество персонажей тесно связано с многообразием игровых режимов. Персонажи имеют разные механики, разные личности, разные истории, разные стили текстов. Это позволяет сделать каждую мини-игру уникальной, что в свою очередь сказывается на удержании, в целом. Это способствует многообразию игрового опыта, получаемого игроками, что является одним из признаков качественного проекта.

2.6. Интуитивные интерфейсы

2.6.1. Нестандартный подход

Нестандартный подход к дизайну интерфейсов связан со стратегией мультиаудитории — казуалы и хардкорщики, одновременно. Интерфейсы максимально казуальны по стилю и цвету. Но множественные функциональности внутри интерфейсов обычно фрустрируют казуальных игроков. Поэтому и присутствуют элементы игрофикации, чтобы уменьшить отрицательный эффект посредством наградений. И по этой же причине внутри интерфейсов происходит много сюжетных сцен, раскрывающих игровую вселенную и персонажей. Интерфейсы Ниндзя с Мороженым — «живые».

2.6.2. RPG-элемент

РПГ-подход к интерфейсам — это оригинальная особенность, которую не часто встретишь в играх. Гораздо чаще разработчики не доносят игроку понимание, кого он отыгрывает. Это приводит к уменьшению вовлеченности в игровой мир. Игрок ощущает себя Богом, а не конкретным персонажем.

В Ниндзя с Мороженым ролевой фактор усиляет максимальное присутствие в интерфейсах самого игрока. Он — основной персонаж, игра ведётся «из глаз» игрока — сенсея — сам он отсутствует на экране. НПЦ обращаются к игроку -сенсею непосредственно, а не от третьего лица.

2.6.3. Сюжетность

Персонажи игровой вселенной встречают игрока внутри каждого интерфейса. Сенсея обожают, хвалят, приветствуют, спрашивают и т.д. Каждый интерфейс — мини-сцена, зачастую сюжетная. Читать ненавязчивые диалоги необязательно, они не мешают хардкорным игрокам получать игровой фан незамедлительно. Но благодаря наличию диалогов мидкорные и казуальные игроки лучше вовлекаются в игровой мир, быстрее понимают функциональности, совершают правильные действия.

Нет фрустрации — НПЦ всегда рядом, на подхвате, готовые помочь, направить, одобрить, поддержать.

2.6.4. Мультяшность

Интерфейсы максимально развлекательны по цвету, стилю, оформлению, анимациям и эффектам. Несмотря на визуальное соответствие интерфейсов игровой реальности, дизайн не скучен и не сухо-футуристичен. Используются элементы мультяшности — интерфейсы весело анимированы и озвучены, подпрыгивают, подрагивают, повизгивают и тому подобное, взятое из позитивных детских игр. Структура интерфейсов максимально проста и интуитивна. Нет массивных списков, сложных переходов, мелких кнопок, громадных текстов. Вместо этого — большие картинки персонажей, цветные тексты, минимализм, юмор, яркость, живость. Это стандарты казуальных игр во всём мире.

Польза — мультяшность привлекает внимание казуальной аудитории, убирает фактор фрустрации, оказывает прямое влияние на удержание, количество установок, и косвенно, на монетизацию.

2.6.5. Логичность (игрофикация)

Сами интерфейсы выполнены в стиле электронных устройств (смартфон, планшет, видеочамера, ноутбук), которые использует сенсей в игровом мире.

Каждое взаимодействие с игрой является реальным действием сенсея — даже переходы между менюшками, открытия/закрытия окон — всё имеет игровой смысл. Игрок получает опыт и результаты действий, не прекращая ни на секунду быть сенсеем.

Например, кнопка начала игровой сессии вместо стандартного «start» имеет надпись «ok, lets begin», подразумевающая действие/речь сенсея. При нажатии на неё игрок сначала получает опыт за данное действие, а затем уже переносится на

игровое поле. Или еще пример — сенсей не просто открывает меню выбора уровня, он берет в руку смартфон, на экране которого выбирает ниндзя для тренировки, и затем связывается с ней.

Вторая часть игрофикации — игрок получает награды за буквально все игровые действия в интерфейсах – переходы, нажатия на кнопки, прокручивания списков, просмотры окон и т.д. По аналогии с реальной жизнью, каждое действие сенсея способствует его совершенствованию, как человека, принося опыт и новые возможности.

Общая уникальность подхода к интерфейсам обеспечивает дополнительный интерес к игре со стороны как игроков, так и всей игровой индустрии.

2.7. Мета-геймплей

2.7.1. Внутриигровая "ферма"

По аналогии с некоторыми супергероями из комиксов, сенсей — миллиардер, который ведёт двойную жизнь. Так игрок имеет доступ к набору городских строений, которые улучшабельны, и внутри которых происходит мета-геймплей. Это так называемая игрофикация игры – игра (ферма) внутри игры.

Каждый игровой функционал представлен зданием, которое игрок может улучшать, получая доступ к новым возможностям данного функционала, а также награды.

2.7.2. Польза мета-геймплея

Отдельным пунктом следует отметить, что мета-геймплей даёт необычайно высокие приросты метрик проекта:

- Увеличивается DAU/MAU, игроки чаще заходят в игру, даже без необходимости трат времени на основной геймплей. За 10-20 секунд игрок справляется с микро-менеджментом, получая долю игрового фана.
- Сильно увеличивается удержание. Ферма приносит игрокам тонну наградений. Не банальных, а ощутимо важных для игрового совершенствования. Требуемые усилия здесь несоизмеримо меньше получаемых «плюшек».
- Принцип игрофикации улучшает обучение игроков функционалам приложения. Это и простой способ донести механику, и сюжет тоже.
- Сама по себе механика «фермы» ненавязчива, что благоприятно для общей играбельности.
- Повышает атмосферность игры, расширяет вселенную и сюжет. Это еще один бонус к удержанию.

- Это бонус к монетизации за счёт возможности ускорять процессы за донат. Плюс это предоставляет игрокам более удобный игрофицированный интуитивный функционал для совершения микротранзакций.
- Такой набор интерфейсов удобен для внедрения «активаторов доната» на любых стадиях игры.
- В перспективе ферма поспособствует адекватному внедрению и социальных фишек.

Огромный бонус данной фиши мета-геймплея заключается в относительной простоте её технической реализации. Ферма требует в основном, работу от геймдизайнера, и минимум усилий от остальной команды. Это очень выгодное соотношение трудозатрат к «выхлопу».

2.7.3. Успешные референсы

Референсами мета-геймплея фермы служат проекты Wartune, Prime World, Небеса Онлайн, вся серия Fishdom, а также из недавних — Puzzle Craft 2.

Пример функциональности фермы в Ниндзя с Мороженым. Игрок улучшает здания, чтоб получить доступ к новым фишам. Классический пример – игрок улучшает уровень фабрики и открывает доступ к новым тележкам. Неклассический подход – игрок улучшает здание с игровыми настройками и получает доступ к титрам и возможности оценить игру.

Польза мета-геймплея фермы была доказана [в исследовании карточных коллекционных игр](#).

2.8. Достижения

2.8.1. Универсальность

Длинный список игровых достижений – обязательное условие для успешного проекта. Это универсальная фиша.

- Достижения являются долгосрочными и краткосрочными целями, дающими награду. Игроки стремятся к выполнению – в игре повышается удержание и переигрываемость.
- Часть достижений зависят от скилла игрока, прибавляя челендж для опытных игроков.
- Пасхальные (скрытые) ачивменты дают дополнительный интерес когорте игроков-эксплореров для досконального изучения игры. Плюс повод присоединиться к коммюнити.

3. Черновик Бизнес-плана

3.1. Примерные расходы

Реализация «Ниндзя с Мороженым» требует работы команды в полном составе. Вилка зарплат:

- Продюсер — фуллтайм — 1500\$ в месяц;
- Геймдизайнер — фуллтайм — 1200\$ в месяц;
- Программист — халфтайм — 800\$ в месяц;
- Художник — халфтайм — 1000\$ в месяц;
- Аниматор — халфтайм — 800\$ в месяц;
- Композитор — 2000\$ за два месяца.

Ориентировочный срок разработки до выхода на самоокупаемость — 4 месяца до релиза, 1 месяц после релиза. Плюс, две недели предварительной работы продюсера и геймдизайнера для подготовки бизнес-плана).

Таким образом, общая примерная сумма необходимых инвестиций без учёта расходов на рекламу:

$$(1500\$ * 5,5) + (1200\$ * 5,5) + (800\$ * 5) + (1000\$ * 5) + (800\$ * 5) + 2000\$ = \\ = \mathbf{30000\$}$$

Точная сумма и сроки разработки станут известны после двухнедельных работ по бизнес-плану и рекрутингу.

3.2. Ожидаемый доход

Проведем расчёт «на коленке». Средний чек в подобных играх — 15\$. Платят 6% игроков. Допустим, у нас каждый день 10тыс новых игроков, из них 50% конвертируются в фанов, не удаляя приложение. Соответственно, из пяти тысяч 6% — это 300 игроков. Умножаем на 15\$ среднего чека. Получаем 4500\$ с ежедневного прихода игроков. Внесут деньги игроки в течении месяца, соответственно, умножаем на 30 дней. Следовательно, за два месяца прибыль составит 135000\$. Вычитаем 50% издателю и налоги. Остается 25000\$ в месяц для команды и инвестора. Срок жизни игры на рынке — около 30 месяцев. Поэтому ожидаемая прибыль команде и инвестору с игры: $25000\$ \times 30 \text{ месяцев} = \mathbf{750000\$}$

Приведенный расчёт вполне ожидаемый, но примерный, так как зависит от многих факторов. Написание бизнес-плана, дальнейшая аналитика и разговор с издателем конкретизируют цифры.

Следует заметить, что потенциал проекта позволяет рассчитывать на нулевой маркетинговый бюджет при «взрыве».

3.3. Проценты участников

Помимо зарплат ключевые сотрудники Братства Умов получают процент от прибыли проекта. Кроме художника, который работает за фиксированный оклад. Цифры пока примерны и будут уточняться с инвестором:

- Программист (Богдан) 35%
- Продюсер (Игорь) 30%
- Аниматор (Алекс) 24%
- Звукорежиссер (Саша) 10%
- Сергей (консультант) 1%

Приведенная раскладка касается только проекта «Ice Cream Ninja» и последующих его доработок.

3.4. Методология разработки

Мы разрабатываем проект [итерационным методом](#). Вместо традиционного цикла, который состоит из подготовки, разработки, тестирования и реализации, мы проходим полный цикл на каждом этапе (итерации).

Это даёт массу преимуществ, которые расписаны в веб-статьях по итерационной методологии. Основной бонус, по мнению продюсера, — пошаговость, которая даёт команде эффективную работу над ошибками. Игру видят сотрудники и тестировщики — это большое подспорье для «молодой» команды разработчиков.

3.5. Риски и перспективы

Движок Ниндзя с Мороженым универсален, он включает многие игровые механики. Поэтому, если срываются различные бизнес-риски, команда использует движок для клонирования успешных проектов. Тот же принцип используется в дальнейших проектах команды — на основе старого движка создаются новые приложения.

3.5.1. Мини-игры

Если один из рисков срабатывает незадолго до релиза или после него, то мы «разбираем» Ниндзя с Мороженым на 5-7 небольших мини-игр. Тренд импассибл-игр описан в (блог-заметке) и уже используется в проекте iGod, где за основу мы взяли механику бросающей мороженое ниндзя.

Принцип множественных геймплеев удобен еще тем, что разрабатывать Ниндзя можно «наоборот». Как и в случае с iGod, команда сначала делает отдельное приложение с механикой «бросания». После этого механика переносится в основной проект в качестве дополнительного геймплея. Так команда получает две игры, одна из которых (iGod) практически сразу готова для релиза, а вторая (Ниндзя) используется для долгосрочной разработки.

В случае коммерческого успеха Ниндзя с Мороженым все реализованные игровые механики будут «разобраны» в серию отдельных детских игр и реализованы на всех известных платформах. Сеттинг останется прежним — милые ниндзяшки и добрая раздача мороженого идеально подходит для детской аудитории, как и большинство механик игрового движка. Детские игры направлены на разработку мелкой моторики у аудитории дошкольного возраста. А при дальнейшем развитии бренда мы реализуем и изучение алфавита/цифр/слов/произношения.

Обучающие игры для детей — это один из самых перспективных рынков в игровом секторе. Прогнозируется сильный рост данного направления в ближайшие годы. И в целом, это позитивное направление разработки игр, которое приносит пользу людям.

3.5.2. Казуальная мобильная МОБА-игра

Один из самых перспективных трендов настоящего времени. Подробнее о концепте — в личной переписке. В сторону МОБА-проекта команда идет в любом случае, сработает риск или нет. В случае крайней неуспешности за основу редизайна Ниндзя мы возьмем старые наработки по вселенной живых мечей «Ксони» (подробнее). Арт и движок будет адаптирован на мидкорную и хардкорную аудитории. В случае успеха — сеттинг Ниндзя с Мороженым останется неизменным и в МОБА-игре.

3.6. Пререлизовые работы

- 1-2 месяца — после начала инвестирования мы выстраиваем точный бизнес-план работ, формируем списки задач, анализируем времязатраты. Также проводим дополнительное исследование рынка, общаемся с издателем. Занимаемся рекрутингом художника и геймдизайнера.
- 1-2 месяца — подготовка полноценной демо-версии.
- 1 месяц — бета-версия, закрытое тестирование.

- 1 месяц — пререлизová версия, открытое тестирование, старт рекламной кампании.
- 1 месяц — пострелизové коррекции.

3.7. Пострелизové работы

После релиза и коррекций — основной геймплей готов, поэтому контентные патчи Ниндзя с Мороженым посвящены кооперативному мультиплееру и социальным фишкам. Ориентировочный выход обновлений — в течении 5-6 месяцев после релиза проекта. Если успех игры превысит ожидаемые результаты, то часть функциональностей перенесется в сиквел.

Пострелизové обновления значительно повысят виральность проекта при помощи социальных функциональностей. Продлят/обновят срок жизни игры, что особо важно для удержания и возвращения хардкорных топовых игроков. Остальные игроки получают новые долгосрочные цели — это улучшит все метрики проекта. Мультиплеерный режим, в частности, расширит аудиторию игры.

3.7.1. Глобальная карта

По идеологии игровой вселенной каждый игрок-сенсей находится в отдельном измерении Мирии. Обновление открывает игроку возможности взаимодействия с другими измерениями. При помощи глобальной карты сенсеи объединяются для совместной раздачи мороженого людям.

Технически, глобальная карта — это конструктор фильтров для отображения игроков по заданному параметру. Игрок выбирает нужный фильтр, карта отображает других игроков:

- По имени;
- По региону (геолокация);
- По позиции в лидербордах;
- По дружбе в соцсетях.

Дополнительная фишка — глобальные чаты. Происходит удобная социализация, фильтр глобальной карты отображает любой нужный игроку чат — от глобального до личного.

3.7.2. Помощь друзьям

Очень важная функциональность для социализации и виральности. Игрок входит в измерения своих друзей и помогает их развитию. Там же происходит обмен ресурсами, отображение статистики друга и его статуса «онлайн/оффлайн». Плюс игроки приглашают друг друга в кооперативную игру.

3.7.3. Кооперативный режим

Мультиплеерный движок открывает новую тактичность/играбельность геймплея. Игроки объединяются вдвоём и втроём на большом многообразном уровне, где камера привязана к ниндзяшке, а сам уровень скролится в разные стороны. Участники перемещаются по уровню, выполняют случайно генерируемые задания, входят внутрь домов (суб-локации), участвуют в защитных ивентах и т.д. Для кооперативного режима каждый игрок выбирает уникальную ниндзяшку. Командный геймплей построен на взаимодополняемости механик персонажей, тележек и супер-мороженого. Каждый игрок выполняет свою роль:

- Останавливает или замедляет штрафных людей;
- Улучшает параметры других ниндзяшек (баф);
- Носит мороженое;
- И конечно, участвует в раздаче мороженого людям.

3.7.4. Казуальные кланы

Казуальные кланы от хардкорных отличают минималистичные интерфейсы и простой функционал. Объединяясь в клан, игроки получают общую территорию для совместного развития. Игроки улучшают здания и получают за это клановые «плюшки»:

- Улучшение параметров ниндзяшек для одиночной игры;
- Клановый чат, клановые сообщения, клановые события;
- Клановый магазин с эксклюзивными вещами;
- Общесерверные клановые турниры и ивенты.

3.7.5. Социальная игрофикация

По мере разработки мы вводим уникальный функционал. Профиль игрока на мобильном сайте он объединяет со внутриигровым профилем. Так игрок получает внутриигровые бонусы за активность на сайте:

- За общение в форумах и комментариях;
- За участие в тестировке, багрепорты;
- За приглашение друзей;
- За распространение игры в соцсетях;
- За другую помощь разработчикам и администраторам.

Подробнее о проекте выясняйте в личном общении: igorkuteinitsyn.com