



**задача:** презентация мобильного приложения "Любовь Онлайн" партнёрам  
**работы:** исследования, концепт-документ  
**год создания:** 2012  
**времязатраты:** 80+ часов

## Общая информация

### Название

Love Online (Любовь Онлайн)

### Суть

Текстовая игровая социальная сеть

### Платформа

Все мобильные телефоны

### Аудитория

Казуальные игроки, молодежь

### Сеттинг

Городская жизнь, наши дни

### Ожидаемый онлайн

~30000 игроков в дневное время

### Ожидаемый заработок

~1-2КК \$ в течении полугода с момента релиза

### Требуемые инвестиции

100К \$ разработка

300К \$ раскрутка

## Ключевые особенности

## **Позитивный сеттинг**

Отсутствует насилие во всех формах - игровые действия имеют исключительно позитивный характер. Игроки становятся счастливыми, вдохновляются, гармонизируются.

## **Игровые элементы**

Игра и социальная сеть органично дополняют друг друга. Люди играют и общаются одновременно.

## **Социальная прокачка**

Пользователь получает игровые бонусы за действия в социальной сети.

## **Многоуровневая социализация**

Пользователи объединяются между собой, формируя различные социальные группы.

## **Социальная игра с друзьями**

У пользователей много опций для взаимодействия с друзьями.

# **Презентация**

## **Позитивный сеттинг**

Игра имеет исключительно позитивный характер. Отсутствует насилие в любой форме, кроме соревновательного аспекта и физического развития. Контент позитивен, полон добра, любви, счастья, радости и взаимопомощи. Элементы игрового мира стараются нести в себе позитивный смысл - добро, радость, счастье, пользу, юмор, нежность, ласку, тепло, любовь, развлечение. В игре очень сложно кому-то навредить, наоборот, игроки стремятся помогать друг другу, становиться счастливыми и делать счастливыми других. Присутствие неприятных моментов сведено к минимуму - все события сопровождаются наградами, поздравляющими текстами, красивыми картинками, положительными впечатлениями и совершенствованием персонажей игроков.

## **Доводы**

На данный момент в интернете немного браузерных игр, ориентированных на

казуальные массы. А казуальных игроков в мире гораздо больше, чем хардкорных — это показал пример казуальных и социальных игр. Если брать тенденции рынка, то казуальные игроки проявляют интерес как к позитивным играм, так и к социальным сетям. Поэтому подобная позитивная направленность проекта позволяет рассчитывать на внимание со стороны большой казуальной аудитории. В том числе достаточно молодых игроков.

Наша игра является катализатором плохого настроения в большей степени, чем другие игры. Это объясняется тем, что мы стремимся создать, так называемый, позитивный гипноз, влияющий на состояние игроков. Достаточно совершить всего несколько несложных игровых действий, чтобы почувствовать облегчение и прийти в норму. А приятные впечатления от игры порождают большую привязанность к ней. Если у игрока улучшается настроение, то он подсознательно будет стремиться в игровой мир. Такой позитивный эффект обеспечивает устойчивый интерес игроков к игре.

## Игровые элементы

Социальная сеть комбинируется с игрой. Это означает, что пользователи могут общаться в социальной части сети, и могут встречаться в игровом мире для совместных развлечений и дел. Пользователям предоставлено большое разнообразие игровых действий - для разных типов игроков, с разной степенью вовлеченности в соцсеть. Также в игре есть место и "хардкорным" игрокам, для которых предусмотрены сложные игровые механики, например, создание организации, требующее внимательности и навыков.

### **Доводы**

В международном интернете есть несколько успешных примеров 3Д соцсетей, с миллионами пользователей, а также есть 2Д браузерные игровые соцсети. Отличие от обычных социальных сетей в том, что наряду с программной частью, есть игровой мир, в котором действуют персонажи пользователей. С другой стороны, в обычных социальных сетях тоже есть игровые элементы — это целое направление социальных игр, получившее развитие за последние годы. Это означает, что социальные сети тесно связаны с играми - пользователи соцсетей любят не только общаться, но и виртуально развлекаться.

Социальные элементы есть практически в любой многопользовательской игре. Это чаты (как важнейший элемент взаимодействия игроков), обмен личными сообщениями и игровыми ценностями. Другой элемент социальности в играх — это объединения в группы и кланы, по аналогии с сообществами в соцсетях. Игроки стремятся объединяться, дружить, играть вместе, так как командные действия и интереснее, и практичнее с точки зрения развития персонажей. Поэтому в ММО-играх, как и в

других многопользовательских интернет-сервисах, всё чаще используется дружба и роль друзей.

Использование зарекомендовавших себя игровых механик гарантирует успех. В основе игры лежит жанр "dressup", несколько лет назад взорвавший рынок женской аудитории. Этот принцип одевания персонажа в одежду также характерен для мужской аудитории RPG-игр. Другой широко популярный игровой принцип касается обустройства игроком своего личного пространства - жилья, в нашем случае. В остальном, игрокам даётся широкий выбор действий для заработка игровых денег и их трат на игровые ценности. Естественным в подобных играх является совершенствование персонажа (level up) с получением наград и новых возможностей.

## Референсы

<http://www.vgorode.ru> пример 2D игровой соцсети

<http://www.imvu.com> пример 3D игровой соцсети

<http://wap.glammy.ru/> пример текстовой игровой соцсети

## Социальная прокачка

Активность пользователя в социальной сети связана с его активностью в игре, взаимодополняя друг друга. У персонажа есть параметры, которые улучшаются именно социальными действиями, например, общением в чате. Эти параметры влияют на игровой статус персонажа, а также улучшают игровые возможности. Есть и обратная связь - игровой уровень персонажа влияет на открытие доступа к новым социальным действиям. Например, появляется возможность писать в чате цветным шрифтом.

## Доводы

Основной смысл - дать игрокам больше наград. Это очень важно, так как является прямым психологическим фактором интереса игроков к играм. Любая успешная игра старается максимально награждать игроков. Ярким примером являются социальные игры, где награждение может происходить раз в 5-10 секунд. Награды не только развлекают игрока, но и сильно стимулируют его на дальнейшую игру. Поэтому, очень часто в игру вводят достижения, как систему дополнительных наград.

Наша игра выводит систему награждения на новый уровень. Для примера, рассмотрим Фейсбук. Если в этой соцсети ввести уровень аккаунта, который повышается при помощи отправки сообщений, размещения фотографий и нажатий "мне нравится". Функциональность останется прежней, а пользователи начнут получать вознаграждения, поздравления и бонусы, дополнительно, просто так. А теперь

представьте, что все эти награды можно использовать в социальных играх Фейсбука и обмениваться ими с друзьями. Социальная сеть усовершенствуется на порядки.

## Референсы

<http://ru.wikipedia.org/wiki/Gamer.ru>

Пример использования ролевой системы в социальной сети

## Многоуровневая социализация

На разных этапах игры, пользователям доступны различные игровые и социальные объединения:

### Группы

Игроки объединяются между собой для достижения небольших целей. Групповые локации дают игрокам больше наград, чем сольные локации. Если игрок не может набрать группу, то место игроков могут занимать боты. Однако чаще всего группы составлены из 3-5 онлайн-друзей по сети.

### Организации

Большие объединения игроков, которые сосредотачиваются на достижении долгосрочных игровых целей. Здесь участников больше, чем в группе - от десяти человек и выше. Это симбиоз идеи "гильдии" из ММО с идеей "сообщества" в фейсбуке. Участники организации создают не только игровые, но и социальные ценности. Вклад каждого участника организации влияет на её скорость развития, уровень, рейтинг.

### Города

На более глобальном уровне, игроки объединены городами. Города развиваются автоматически - на их развитие влияют сами игроки. Внутри города есть структура власти, финансов, судов. Судебная система является сообществом модераторов, исполняющих правоохранительную роль. Власть организована игроками, которые избираются на посты народным голосованием, чтобы задавать вектор развития для своего города. Финансовая система объединяет игроков, ботов, магазины и организации во всеобщую схему создания и обмена ценностей в игровом мире.

### Социальные объединения

Социальная часть сети предоставляет игрокам стандартные возможности по объединению и общению. Это форумы, блоги, сообщества, чаты.

## Доводы

Важность общения доказывать не надо. С биологической и психологической точки зрения - люди социальные существа. У каждого человека есть стремление быть в социуме и взаимодействовать с ним. По этим принципам происходит развитие интернета, виртуального общения и социальных сетей. Доказано, что в коллективе или группе зачастую развитие человека идет быстрее, чем в одиночку. Поэтому делать дела и развлекаться гораздо веселее совместно с другими людьми.

История развития онлайн-игр показывает, что взаимодействие с реальными людьми намного интереснее, чем с компьютерными оппонентами. Но, к сожалению, в большинстве игр используется принцип противостояния игроков, а не сотрудничества. Принцип позитивных совместных дел активно проявляется в социальных играх среди друзей, однако всё еще находится на начальном уровне. Проблема в том, что у игроков мало вариантов взаимодействий с друзьями, поэтому мы выводим кооперативную игру на новый уровень.

Концепция разноуровневых групповых взаимодействий хороша тем, что игрок показывает свои игровые навыки другим людям. Они в свою очередь их оценивают и извлекают пользу для всей группы, что повышает общий уровень. В группе важна роль предводителя, как в плане направления всей группы, так и с точки зрения "крутости". Это даёт возможность игрокам проявить свои лидерские способности на благо, а также просто похвастаться перед другими, что тоже имеет значение. Игроки оценивают друг друга не только по личности и общению, но и по достижениям, игровым ценностям, прокачке персонажа, его умелости.

Стоит отдельно отметить, что у многих игроков "фактор крутости" является основной мотивацией, сильно привязывающей игрока к его персонажу и к игре. Поэтому, грубо говоря, чем больше разных уровней хвастовства, тем больше игроков могут стать лучшими. Следовательно, тем больше соревновательный аспект игры, и тем больше возможностей для демонстрации себя.

Как показывает опыт хардкорных ММО-игр, достижение сложных игровых целей сближает людей. Объединяясь в гильдии и целясь на быстрый и успешный рост, игроки выходят даже на профессиональный уровень общения. Такие условия благоприятны для развития дружбы участников гильдии, а иногда случается дружба всей гильдией, когда виртуальные отношения переходят в реальные. Известно много случаев, когда люди находили в игре спутников на всю жизнь.

## Социальная игра с друзьями

Как в любой социальной сети, у игрока есть друзья. Одновременно, они являются и его игровыми друзьями, с которыми можно не только общаться, но и играть вместе. Для этого предусмотрен широкий спектр игровых взаимодействий - подарки, помощь, сотрудничество, обмен, группы, гильдии и т.д.

## **Доводы**

Социальная игра Sims Social показала успешную идею об игровых взаимодействиях друзей по социальной сети. Виртуальные отношения во многом надуманы, однако прибавляют людям радости в обычных отношениях. Так между реальными друзьями открывается новая грань отношений - виртуальная дружба. Это позволяет людям реализовывать еще больше теплоты, помощи, любви и нежности по отношению друг к другу. А начинающим друзьям в социальной сети игра позволяет быстрее сближаться.

Игровые взаимодействия также полезны для раскрутки сети в интернете, потому что задействуются виральные механизмы рекламы. Игроки приглашают друзей и получают за это бонусы, они делятся наградами с друзьями и обмениваются подарками. Друзья стараются быть в курсе дел своих друзей, помогая в трудную минуту и прося помощи при необходимости. Игровых взаимодействий много, поэтому игроки сильно заинтересованы в раскрутке игры среди друзей.

Система не обязывает игроков всё время находится в игре. Те, кому надоедает, могут просто общаться в сети или заниматься другими социальными делами, оставаясь на связи с друзьями по игре. Чтобы помочь другу, также необязательно находиться в игре. Игрок может зайти в игру на минуту, чтобы совершить простейшие действия - помочь, сделать комплимент или подарить подарок.

## **Референсы**

<http://www.facebook.com/TheSimsSocial>

# **Монетизация**

## **Общие принципы монетизации**

### **Разнообразие**

Игрокам предоставляются возможности покупки игровой валюты в разных количествах. Начинающим игрокам достаточно 1-2 вариантов мини-донаций, начиная от 10 рублей. Для серьезных игроков есть варианты более крупных вливаний, вплоть

до 3000 рублей одновременно. Чем крупней донат, тем больше бонус\скидка\акция.

## **Необходимость**

Разные игроки находятся на разных этапах игрового развития. С начала игры достаточно купить немного, чтобы быстро развиваться. При дальнейшем развитии персонажа, в него необходимо вкладывать больше для комфортной игры. Лучшие игроки либо тратят уйму времени, либо вкладываются в игру по-максимуму, что зачастую составляет до 30-50 тысяч рублей.

## **Цели**

Тенденции психологии игроков диктуют необходимость двух различных типов монетизации.

- Покупка прогресса или игрового времени, где игрок тратится на ускорение развития своего персонажа. Начиная вещами, бафами и бустерами, и заканчивая всевозможными автоматизациями игрового процесса.
- Покупка "красоты". Игрок покупает игровые ценности из эстетических или коллекционных соображений. Здесь есть некоторый простор для эксклюзивного контента, которые не обязательно функциональный, но дорогой и уникальный.

## **Варианты монетизации**

### **Покупка слотов персонажей**

Игрок может создать больше альтернативных персонажей, которые будут давать бонусы основному персонажу.

### **Автоматизация прокачки**

Для альтернативных персонажей предусмотрен специальный режим авто-прокачки. За деньги, игрок может оставлять персонажей в оффлайне, а за их прокачкой будет следить игровой бот. То есть персонажи сами выполняют действия, а игроку остаётся только собирать награды.

### **Покупка одежды**

В магазинах есть множество предложений по украшению персонажа всевозможными одеждой. Также есть эксклюзивные, уникальные, коллекционные варианты, доступные только за большие деньги.

### **Покупка игровых ценностей**

Купленную игровую валюту можно тратить на любые игровые итемы: вещи, бустеры, подарки итд. Также можно знакомиться за деньги с виртуальными персонажами (нпц), фактически их покупая в свой штат.

### **ВИП-аккаунт**

- Отправка сообщений 10-го уровня;
- Отправка подарков 10-го уровня;
- Форумные и чатовые возможности 10-го уровня (без прокачки соц-рейтинга);
- Организация 2-го уровня;
- Альтернативный персонаж 25-го уровня.

### **Улучшение организации**

- Расширить финансовый счёт;
- Открыть дополнительное предприятие;
- Увеличить количество сотрудников;
- Купить дополнительные слоты в витрине.

### **Смена параметров**

- Сменить имя, пол, гражданство персонажа;
- Сменить модель персонажа;
- Перераспределить очки интересов.

### **Акции**

Лучший вариант привлечь внимание к донату — это сделать выгодные праздничные скидки. Чем крупномасштабнее событие, тем больше выгоды и шансов для игрока получить при покупке дополнительные бонусы.

### **Прокачка уровней**

С определенного этапа разработки, планируется открыть возможность улучшать за деньги любой уровень в игре:

- уровень персонажа;
- уровень отношений с друзьями\нпц;
- уровень нпц;
- уровень организации.

Исключением остается только рейтинг, который зависит от игровых и социальных действий.

# Команда

## Руководитель проекта, геймдизайнер

Город: Киев

Опыт работы: 7 лет

## Технический директор, программист

Город: Москва

Опыт работы: 9 лет

## Арт-директор, художница

Город: Киев

Опыт работы: свыше 10 лет

# Стратегия разработки

1. Разработка игры займет 6 месяцев до релиза - 3 месяца прототип, 3 месяца финальная версия.
2. Активная раскрутка месяц, после чего выход на 1000 людей онлайн.
3. Достижение максимального онлайн 30000 людей за 6 месяцев после релиза.
4. Заработок за полгода с момента релиза. 30000 пользователей стабильного онлайн - это 1800 (6%) людей, которые купят 50-100% контента. Весь контент стоит порядка 1000\$, то за полгода игра заработает 0,9-1,8 миллиона\$.
5. В течении полугодия после релиза необходимо выпускать дополнения, адаптировать соцсеть под игроков. Также рассматривается возможность выхода на зарубежные рынки.
6. После года с начала разработки, планируется начать разработку PC-версии соцсети с улучшенной графикой. Рассматривается возможность создания аналога с улучшенным геймплеем для планшетов.

# Статус проекта

- Сформирована финальная концепция.
- Проведен анализ рынка, продолжается изучение конкурентов.
- Сформирована команда.

- Планируется разработка прототипа.
- Детализируется ТЗ.