Исследование программного продукта «Игра Сапёр»

**Цель исследования:**

Наша цель - понять, кто потенциально заинтересован в игре "Сапёр" и какие характеристики аудитории могут повлиять на успешность продукта.

**Методы исследования:**

1. Анкетирование:

Разработаем онлайн-опрос, чтобы собрать информацию о возрасте, поле, предпочтениях в играх и частоте игры у нашей аудитории.

2. Анализ отзывов:

Изучим отзывы пользователей об аналогичных играх (в том числе "Сапёр") на платформах и социальных сетях.

3. Исследование конкурентов:

Проанализируем аудиторию сопоставимых игр "Сапёр" для определения общих черт целевой аудитории.

**Характеристики аудитории:**

1. Возраст:

Определим, какие возрастные группы чаще всего играют в подобные игры.

Подавляющий возрастной диапазон людей, играющих в игры:

От 10 до 35 лет

Предполагаемый портрет игрока:

От 10 до 16 лет – школьники (10%)

От 17 до 21 – студенты (40%)

От 22 до 25 – молодые специалисты (30%)

От 26 до 35 – специалисты и руководители (20%)

После анализа основных входящих данных, было выяснено, что, основная категория играющих, это люди возрастного диапазона от 17 до 21 года, являющиеся студентами

2. Предпочтения в играх:

Выясним, любят ли наши пользователи головоломки, логические игры или обратим внимание на другие жанры.

3. Частота игры:

Изучим, играют ли пользователи в игры регулярно или это для них просто способ скоротать время.

**Итоги исследования:**

По итогам анализа мы сможем сформировать более точное представление о нашей целевой аудитории и принять меры для улучшения продукта или маркетинговых стратегий.

Данный программный продукта, является быстрой игрой, в которую можно зайти и максимально динамично провесит время в ожидании чего-либо, в поездке, на парах или на скучной конференции.