

# Domáca úloha č. 1

Meno: Martina Kuchárová

## 1. Vyber si projekt

V tejto domácej úlohe sa zameriam na projekt môjho priateľa, ktorého snom je vytvoriť plnohodnotnú aplikáciu, resp. hru s pridanou hodnotou. Aktuálne je tento projekt vo vývojovom štádiu, resp. je súčasťou diplomovej práce.

Momentálne ešte neviem, či tomuto konkrétnemu projektu sa budem venovať aj v ďalších úlohách.

## 2. Vybraný projekt nám veľmi stručne popíš

- názov firmy/značky - momentálne ešte nie je zvolený konkrétny názov firmy ani konkrétnej hry, ktorej vytvoreniu sa bude klient venovať. Základom však bude, samozrejme, vytvoriť najskôr názov firmy a následne názov aplikácie, teda hry. Verím, že z prednášky "Budovanie brandu" si odnesiem poznatky, ktoré by mohli dopomôcť k vytvoreniu adekvátneho názvu.
- oblasť zamerania - herný priemysel, healthcare, technológie, (šport)
- ponúkané produkty/služby - ponúkaným produktom by bola v tomto prípade výsledná hra, ktorú si budú môcť používatelia nainštalovať do svojho smartfónu/počítača/konzoly
- výsledky/úspechy - keďže vytváranie hry je len v počiatkoch, tak klient nemá zatiaľ žiadne výsledky či úspechy. Avšak môžeme povedať, že doposiaľ sa stretol s pozitívnym feedbackom zo strany ľudí/odborníkov, pracujúcich v oblasti IT. Preto sa klient rozhodol, že tomuto projektu dá šancu a bude sa venovať jeho vytvoreniu.
- výnimočnosť - výnimočnosť môže spočívať v tom, že doteraz sa táto konkrétna hra na tento štýl na trhu ešte neobjavila. Výnimočnosť možno budovať aj na tzv. konkurenčnej výhode, v rámci ktorej by mala hra pomôcť používateľom so zdravím, resp. ich "prinútiť" k tomu, aby viac času venovali športovým aktivitám.
- linky/odkazy na konkrétny projekt v súčasnosti nie sú k dispozícii

Projektom je teda multiplatformová hra (PC, konzoly, smartfóny, tablety). V súčasnosti je na trhu veľa počítačových hier, ale doteraz sme sa nestretli so žiadnou, ktorá by svojich užívateľov "nútila" vykonávať nejaké športové aktivity, s výnimkou niektorých mobilných hier. V dnešnej dobe je mnoho ľudí, ktorí používajú inteligentné zariadenia, predovšetkým smart hodinky, ktoré často získavajú údaje o zdravotnom stave. Zámerom tejto hry by bolo tieto získané údaje premeniť do herných štatistík. V mnohých RPG (Role Play Game) sa stretávame s atribútmi ako napr. *stamina* (výdrž), *strenght* (sila), *intelligence* (inteligencia), *health points* (životy). V prípade tejto hry by však spomenuté atribúty boli nahradené nasledovne:

- *stamina* (výdrž) —KROKY
- *strenght* (sila) — SPÁLENÉ KALÓRIE
- *intelligence* (inteligencia) — INTELIGENTNÉ OTÁZKY V HRE
- *health points* (životy) —SPÁNOK

Vďaka uvedeným štatistikám by hra dokázala získavať rôzne úrovne (body) pre postavy v hre, resp. hráči by si mohli takto znásobovať svoje skóre. Napr. na to, aby získali 100 bodov do sily, budú musieť hrať hru po dobu 2 hodín, ale keď budú namiesto toho vykonávať nejakú športovú aktivitu, tak body získajú približne len za polhodinu. Okrem toho, že hráči budú môcť hrať hru klasicky na nejakom zariadení, tak týmto spôsobom budú môcť “hrať” aj tým spôsobom, že budú športovať, čím si budú vylepšovať svoje skóre v hre.

**Príklad:** Ak si bude chcieť hráč zlepšiť v hre svoju výdrž, tak si ju bude môcť zlepšiť aj tak, že sa pôjde prejsť/zabehať si. Ak si naopak bude chcieť zvýšiť silu, bude musieť aktívne spáliť kalórie. Takýmto štýlom by hráči získavali body aj na prechádzke, cestou do práce, či dokonca v práci. Obdobne by to fungovalo aj pri aspekte životy. Ak bude mať hráč skóre spánku nad 75, tak získa určitý počet bodov, ale ak bude mať skóre spánku pod 75, tak životy v hre bude strácať. Tým by sme na základe získaných údajov vedeli dať hráčovi úlohy, ktoré ho prinútiť zlepšiť spánkový cyklus, a tým aj svoje psychické zdravie.

V samotnej hre pôjde o to, že hráči budú spoznávať otvorený svet, budú tvoriť klany, mestá, bojovať proti nepriateľom, oslavovať, súťažiť v tom, kto z nich bude lepší. Pôjde teda o komplexnú MMORPG (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) hru s plnením úloh a vylepšovaním svojho avatara.

### 3. Definuj víziu

Projekt je momentálne na dobrej ceste, čo sa týka vývoja, a pomaly postupuje do ďalších štádií. O 5 - 10 rokov by sa mohol projekt stať súčasťou svetového trhu a dosiahnuť tak globálnych rozmerov.

Víziou je pomôcť a zlepšiť život ľuďom, ktorí sú aktívnymi hráčmi videohier, resp. aby hra mala pozitívny vplyv na celkové zdravie týchto ľudí.

### 4. Definuj poslanie

Poslaním projektu je klasické odreagovanie hráčov pri hre, avšak pridanou hodnotou tohto projektu bude zlepšiť aktívnym hráčom ich životný štýl. Chceme doceliť to, aby hra motivovala ľudí, predovšetkým hráčov videohier, ale aj ľudí so sedavým zamestnaním, aby sa hýbali. Riešime aj problém toho, že dospelí, pracujúci ľudia, ktorí nemajú čas na hranie hier, môžu hrať hry aj tým, že budú aktívni počas dňa.

Množstvo ľudí v dnešnej uponáhľanej dobe by sa aj chcelo hýbať, niečo pre seba robiť, ale veľa z nich nemá na to ani motiváciu. Obdobne veľa hráčov, môže trpieť obezitou,

príp.degradáciou svalovej hmoty, zlým držaním tela či dokonca depresiami. Takýmto štýlom by sme mohli dopomôcť k zníženiu obezity u mladých aj starších ľudí, zvýšiť pohybové aktivity u hráčov a dopomôcť tak k zlepšeniu fyzického a duševného stavu človeka. Projekt sa aktuálne nachádza vo vývojovom štádiu.

## 5. Sprav analýzu konkurencie a popíš konkurenčnú výhodu

V rámci analýzy konkurencie môžeme povedať, že hoci má hra široké spektrum konkurentov na trhu, tak zároveň málo. Vyplýva to z menšieho prieskumu, ktorý sme zrealizovali ([tabuľka](#)). Spontánnym konkurentom je predovšetkým známa a obľúbená hra *Pokemon Go*. Zároveň všetkých konkurentov možno zaradiť k zahraničnej konkurencii.

Pri analýze sme sa zamerali predovšetkým na to, čo ponúkajú podobné hry u konkurencie. Všimli sme si najmä atribúty, ktoré sme spomenuli v 2. časti. Zisťovali sme, ktoré údaje získavajú konkurenti od hráčov. Z prehľadu sme zistili, že žiadny z konkurentov nezískava všetky údaje (kroky, spánok, kalórie), ktoré naopak chce získavať náš projekt. To môže byť práve konkurenčnou výhodou nášho produktu, resp. hry, ktorá bude získavať údaje až z troch aspektov (kroky, kalórie, spánok) oproti konkurencii. Z prehľadu konkurencie sme zistili, že sa zameriava prevažne len na jeden údaj, väčšinou kroky. Napr. v porovnaní s hrou *Pokemon Go*, ktorá je len jednoduchou hrou, by sme vytvorili hru s RPG prvkami, ktorá by oproti tejto konkurencii získavala údaje navyše, ako kalórie či spánok.

V rámci distribúcie sme zistili, že hra *Pokemon Go* má vlastný web, e-shop a je dostupná na Apple Store a Google Play. Avšak v porovnaní s naším projektom nie je dostupná na PC, keďže ide o hru, ktorá sa prevažne realizuje vonku, resp. počas chôdze.

Čo sa týka komunikácie, tak uvedené hry v [tabuľke](#) (napr. *Fit for Battle*, *Walkr: Fitness Space Adventure*, *Fitness RPG*,...), s výnimkou hry *Pokemon Go*, nevyužívajú sociálne siete ako Instagram, Facebook, Twitter,... To nás vedie k myšlienke, aby naša hra disponovala týmito sociálnymi sieťami. Hra *Pokemon Go* si získala svojich fanúšikov prevažne v rámci svojej témy, ktorou sú práve pokémoni. Tieto "postavičky" môžeme označiť aj za konkurenčnú výhodu tejto konkurencie. To nás opäť privádza na myšlienku, aby sme zasadili našu hru do, pre hráčov, známeho prostredia, resp. do prostredia s nejakými známymi postavičkami / hrdinami. Hlavne z dôvodu, aby sme sa nedostali náhodou do stratenej alebo riskantnej zóny.

S ohľadom na finančné výsledky dosahuje hlavná konkurencia nasledovné výsledky: *Pokemon Go* (5 525 000 000€ od roku 2016 do 2023); *Genshin impact* (4 300 000 000 od roku 2020 do 2023).

## 6. Definuj krátkodobé a dlhodobé ciele (ideálne aby to boli SMART ciele)

Krátkodobé ciele - mať funkčné MVP (Minimum Viable Product) a nájsť vhodných investorov do júna 2025 + budovanie značky (firmy)

Dlhodobé ciele - budovanie značky (softvérovej firmy) + do 10 rokov získať globálny monopol v tomto novom odvetví s ohľadom na spomínanú hru

## 7. Definuj marketingový mix:

### a) produkt

- naším produktom je hra s prvkami RPG, pričom získava údaje zo smart zariadení (mobil, hodinky, Oura ring...)
- je potrebné vytvoriť logo (ikonku) hry a firmy, web, založiť sociálne siete
- v budúcnosti pri založení vlastnej softvérovej firmy vytvoriť ďalšie hry, čím sa rozšíri portfólio
- do budúcnosti počítať aj s inováciami / rozšíreniami, resp. update-mi hry
- ide o produkt, ktorý je primárne určený hráčom, ktorí nechcú len sedieť za PC, ale chcú prepojiť hranie s pohybom. Hra by im teda priniesla istú "voľnosť" a zároveň zlepšila ich zdravie.

### b) cena: zameranie sa iba na stratégiu cenotvorby

- samotná hra bude zadarmo na stiahnutie a bude obsahovať dobrovoľné microtranzakcie
- v rámci ceny, resp. nákladov sa treba zamerať na čas, ktorý klient stráví vývojom / dizajnom hry a jej distribúciou

### c) distribúcia

- hra bude distribuovaná na webe, mobilných aplikáciách App Store a Google Play. Išlo by prevažne o intenzívnu distribúciu (ľudia si budú môcť hru stiahnuť okrem App Store a Google Play aj cez web)

### d) komunikácia - dobrovoľné

- v rámci komunikácie by sme mohli komunikovať samotný produkt (hru) cez sociálne siete, YouTube reklamu, príp. cez bannerové kampane