**Бриф**

Руководитель: Максим Сулейманов Андреевич.

Название сайта: RuIndi.

Цель сайта: Создание платформы для размещения и поиск инди игр (компьютерная игра, созданная отдельным разработчиком или небольшим коллективом без финансовой поддержки издателя).

Целевая аудитория:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер | Аудитория | Демография | Интересы | Поведение |
| 1 | Энтузиаст-исследователь | Возраст: 20-35 лет.  Пол: преимущественно мужчины, но значительный процент женщин.  Образование/Род занятий: Студенты (технических, гуманитарных или творческих специальностей), IT-специалисты, дизайнеры, представители других цифровых профессий.  Доход: Средний. Готовы тратить на хобби, но ценят соотношение цены и качества. | Ищут уникальные игровые эксперименты, а не отполированные, но шаблонные продукты. Не только игры, но и гик-культура в целом (кино, сериалы, комиксы), технологии, цифровое искусство, саундтреки. | Активные потребители контента: читают глубокие обзоры, аналитические статьи, интервью с разработчиками.  Участвуют в комьюнити: оставляют развернутые комментарии, спорят о гейм дизайне, делятся находками на форуме или в соцсетях.  Покупки: часто покупают игры на раннем доступе, следят за распродажами. |
| 2 | Любопытный геймер | Возраст: 18-40 лет.  Пол: более сбалансированное соотношение.  Образование/Род занятий: Широкий спектр профессий. Игры для них — основное хобби, но не вся жизнь.  Доход: Разный. Могут позволить себе несколько игр в месяц. | Ценности: Качество проведения досуга, увлекательный сюжет, интересный геймплей, "атмосферность". Ищут эмоции и впечатления.  Интересы: Популярная культура, кино, музыка, иногда — спорт.  Мотивация: отдохнуть, расслабиться, получить новые впечатления. Инди-игры для них — способ разнообразить игровой опыт. | Пассивные потребители контента: чаще заходят из поиска или из соцсетей, увидев яркий заголовок.  Ориентируются на рейтинги и списки: любят форматы "Топ-10", "Лучшие игры в жанре х". Им важна краткая и понятная оценка.  Покупки: чаще покупают порекомендованные и проверенные игры, особенно со скидкой. Реже рискуют с ранним доступом. |
| 3 | Случайный посетитель | Возраст и пол широко варьируются, так как визит не связан с тематикой сайта. Род занятий — любой. | Решает сиюминутную задачу, не связанную напрямую с играми (например, ищет решение по технической проблеме, вдохновение для дизайна, обзор гаджета). Может интересоваться популярной культурой, кино, музыкой. | Заход на сайт: попадает из результатов поиска (Google, Yandex) по случайному запросу, где страница сайта оказалась релевантной. Просмотр: внимательно изучает одну конкретную статью, которая отвечает на его запрос. Цель: найти быстрое решение или информацию. Не интересуется другими разделами сайта. Может стать постоянным пользователем. |
| 4 | Независимый разработчик | Возраст: 20-45 лет. Пол: преимущественно мужчины.  Род занятий: Геймдизайнер, программист, художник, продюсер из небольшой студии или независимый разработчик-одиночка. | Гейм дев: Интерес к процессу создания игр. Комьюнити: Поиск связи с игровым сообществом. | Заход на сайт: целенаправленно, через прямой переход (знает URL) или поиск по названию сайта. Цель: разместить информацию о своей игре и саму игру. |

Географический регионы: Россия и возможно русскоговорящие регионы.

Структура сайта:

Языковые версии сайта: Русский (Основной) и Английский (Если придет на сайт не русскоговорящий).

Сайты конкуренты и сравнение:

1. itch.io – Основной конкурент, имеет не самую удобную систему поиска и заблокирован в России.
2. Steam – Большой конкурент, но не направлен именно на инди игры. Большие требования к разработчикам в виде оплаты для размещения проекта и большой процент с продажи.
3. NewGroudns.com – Не значительный конкурент, не направлен именно на инди игры, но ими располагает, последнее время мало кто выкладывает на этот сайт в принципе. К тому же очень непопулярен в России.

Тип сайта: торговая площадка.

Браузеры:

1. Yandex
2. Firefox
3. Opera
4. Google
5. Edge
6. Ethernet explorer

Лого: (Потом)

Функциональные требования: