**Целевая аудитория и рынок**

1. **Портрет целевой аудитории**

Наше приложение предназначено для пользователей, которые увлекаются коллекционированием цифровых предметов, игровыми механиками лутбоксов и обменом виртуальных ценностей. Основная аудитория делится на несколько ключевых сегментов:

* 1. **Геймеры и любители коллекционных игр (14-30 лет)**
* Это пользователи, привыкшие к механике получения предметов через случайные "паки" или "лутбоксы".
* Молодая аудитория, которая активно вовлечена в цифровую культуру, социальные сети и игровые механики.
* Им интересны новые цифровые тренды, возможность уникального контента, а также социальный аспект обмена карточками с друзьями.
* Они склонны к внутриигровым покупкам и используют игровые валюты для покупки предметов.
* Они уже знакомы с концепцией цифровых коллекций, так как часто сталкиваются с подобной механикой в играх (например, EA Sports FC, Hearthstone, CS2, Dota 2, Genshin Impact и др.).
* Им нравится азарт получения редких предметов, а также возможность обмена для завершения своей коллекции.
  1. **Коллекционеры тематических карточек (18-40 лет)**
* Это пользователи, которые любят собирать коллекции на конкретные темы (автомобили, кино, спорт, искусство, комиксы и т. д.).
* Им важно не только получить карточки, но и собрать их в полные тематические сеты.
* Такие пользователи часто участвуют в тематических сообществах, обсуждая и обмениваясь коллекциями.

**Возрастные ограничения**

Поскольку в нашем приложении есть внутриигровые покупки, оно предназначено для пользователей от 14 лет. Это связано с тем, что дети младше этого возраста не могут самостоятельно совершать цифровые платежи. Этот момент учтен при разработке, чтобы соответствовать требованиям платформ и обеспечить комфортный и безопасный опыт для всех пользователей.

**Проблемы пользователей и их решения**

**Проблема 1: Сложность получения редких карточек**

* Во многих играх или системах карточки привязаны к сложным внутриигровым механикам (нужно долго играть, тратить деньги или участвовать в редких событиях).
* NFT-коллекции требуют реальных денег и часто перегружены техническими барьерами (кошельки, токены и т. д.).
* **Решение:** **Использование механики “паков” с внутриигровой валютой, где карточки выпадают случайным образом, но при этом остаётся возможность обмена, что позволяет пользователям находить нужные карточки быстрее.**

**Проблема 2: Ограниченные возможности обмена**

* В большинстве коллекционных систем обмен либо полностью запрещён (как в Hearthstone), либо требует сложных механик (как на торговых площадках Steam).
* Это приводит к тому, что пользователи вынуждены искать сторонние способы обмена, например, через форумы, Discord или Telegram.
* **Решение:** **Встроенная система безопасного обмена внутри приложения, позволяющая пользователям предлагать карточки, находить партнёров для обмена и совершать сделки без риска.**

**Проблема 3: Отсутствие социальной составляющей**

* Коллекционирование — это не только сбор предметов, но и взаимодействие с другими пользователями.
* Виртуальные коллекции часто остаются просто набором карт, которыми нельзя делиться, обсуждать или показывать друзьям.
* **Решение:** **Добавление ачивок и демонстрации карт в профиле, где пользователи могут демонстрировать свои редкие карты и привлекать пользователей к взаимодействию с ними.**

1. **География рынка (ГЕО)**

На начальном этапе приложение будет ориентировано на русскоязычную аудиторию, так как в России и СНГ высок спрос на коллекционные цифровые предметы и активное игровое сообщество.

**Основные целевые регионы:**

1. **Россия**

* Одна из крупнейших стран по числу активных игроков в цифровые игры.
* Высокий интерес к внутриигровым предметам и коллекциям.
* Развитая культура онлайн-обмена предметами (например, внутриигровые рынки в Steam).

1. **СНГ (Украина, Казахстан, Беларусь и другие страны)**

* Игровая аудитория схожа с российской.
* Популярны коллекционные игры, мобильные приложения с внутриигровыми покупками.

1. **Потенциальные рынки в будущем:**

* **Европа** (интерес к цифровым коллекциям и коллекционным карточным играм).
* **США** (развитая культура коллекционирования и лутбоксов).
* **Азия** (особенно Китай, где популярны мобильные игры с коллекционными элементами).

**Особенности локального рынка:**

* В России и СНГ пользователи привыкли к механике внутриигровых покупок, но предпочитают бесплатные модели с возможностью заработка.
* В странах СНГ аудитория активно использует Telegram и другие мессенджеры для обмена цифровыми предметами, что создаёт потенциальную интеграцию.
* Большинство пользователей готовы к системе “пака” с шансами выпадения, так как аналогичная механика используется в популярных мобильных играх.

1. **Оценка TAM/SAM/SOM**

**TAM (Total Addressable Market) – общий рынок:**

В последние годы цифровые коллекционные предметы, включая внутриигровые предметы, карточные игры и NFT, стали невероятно популярны. Весь этот рынок оценивается примерно в **500–700 млрд рублей**. В мире сейчас более **2 миллиардов геймеров**, и значительная часть из них так или иначе увлекается коллекционированием цифрового контента.

**SAM (Serviceable Addressable Market) – потенциальный рынок:**

Наше приложение ориентировано на тех, кто увлекается цифровыми коллекциями и любит механику случайного выпадения предметов.

* В мире более **2 млрд геймеров**, из них около **150 млн** увлекаются коллекционными карточными играми.
* Рынок цифровых коллекций (включая NFT и внутриигровые предметы) оценивается в десятки миллиардов долларов.
* В России и СНГ потенциальная аудитория составляет **от 5 до 7 миллионов пользователей** (включая геймеров, коллекционеров, фанатов цифрового контента).
* Если учитывать их активность и готовность тратить деньги на коллекционные предметы (от **500 до 3000 рублей в месяц на пользователя**), можно предположить, что для нашего проекта в этом регионе потенциальный рынок составляет **50–100 млн рублей в год**.

**SOM (Serviceable Obtainable Market) – реалистичный рынок для старта:**

При хорошем маркетинге и продвижении приложение вполне может привлечь **от 100 000 до 500 000 пользователей** в первый год.

* Основной фокус на активных коллекционерах, которые заинтересованы в сборе карточек и регулярном обмене.
* Если исходить из того, что средний пользователь потратит **от 500 до 1500 рублей в месяц** на внутриигровые покупки, потенциальная выручка проекта в первый год может составить **от 5 до 10 млн рублей**.