Intrebari cheie:

* De ce ar cumpara cineva jocul nostru?
* De c ear investi cineva in jocul nostru?

Next Goals:

* Sa avem ca dezvoltari ulterioare posibilitatea de a juca si ca player si sa fie nevoie sa te aperi de hackers;
* Ca sa putem crea grupuri de hackers care sa poata face mai multe tipuri de attackuri;
* Pe partea de solo, sa avem noi attackuri;
* Sa implementam mecanica de rebirth, care sa reincepi jocul de la 0, dar sa incepi cu ceva boosts;
* Sa implementan in viitor un mic story sau sa existe o motivatie in spatele hackerului nostrum, nu numai sa faca bani;
* Posibil Global Leaderboards
* Microtranzactii
* Monetizare joc

Steam Demographics:

* 132 M monthly active users
* 69M daily active users globally
* 20-29 age -> 43%
* 30-39 age -> 23%
* Under 20 age - > 15-20%
* Deci produsul nostru ar fi adresat la peste 50% din piata de pe Steam only

Steam Comparison Hacknet and GreyHack

**Hacknet**: A vândut aproximativ 100.000 de copii în primul an, generând circa 1 milion de dolari în primele luni, iar în timp a acumulat venituri de peste 2,9 milioane de dolari datorită stilului său educațional și atractiv în simularea hacking-ului​

**Grey Hack**: A vândut între 50.000 și 100.000 de copii în primele luni, generând venituri între 750.000 și 1,5 milioane de dolari, cu actualizări constante care i-au permis să mențină interesul și să atingă aproximativ 2 milioane de dolari în venituri totale

Idei de folosit in pitch:

* Avand o tendinta in crestere in popularite, tycoonul a fost o alegere buna in tipul de baza aceastui joc, incat vei putea face progrese chiar daca o sa investesti o mai putin in joc sau putand sa il joci dupa ce ajungi acasa dupa o zi lunga la birou si vrei sa te relaxezi;
* Fiind un subiect/pericol zilnic prezent in vietile noastre, hackingul aduce o idee oarecum unica tipului acest de joc, fiind printre singurele tipuri de joc tycoon bazate pe ideea de hacking, astfel crescand interesul pentru jocul/produsul nostru si evidentiind, chiar daca intr-un mod mai simplu, cat de vulnerabili suntem in mediul online, pornind de la fiecare individ in parte pana chiar la guvernul unor tari.
* Chiar daca jocul are o grafica retro si sonorizare, demna de anii 1980 - 1990, acest lucru poate fi in avantajul nostru pentru a trezi nostalgie in persoanele de 30+ care au trait si crescut cu aceste lucruri, astfel marind segmentul general de piata la care am putea adresa/vinde jocul. Pe de alta parte, putem trezi curiozitate in jucatorii mai tineri, introducandu-I in aceasta atmosfera…

(Asta e acelasi punct cu cel de mai sus, dar facut mai sales oriented, pentru ca nu stiam cum sa il inchei pe al meu)

* Deși jocul beneficiază de o grafică retro și de o coloană sonoră specifică anilor 1980–1990, acest aspect poate fi un real avantaj. Nostalgia pe care o trezește în rândul persoanelor de peste 30 de ani, care au crescut cu astfel de elemente, extinde considerabil segmentul nostru de piață. În același timp, acest stil unic poate stârni curiozitatea generațiilor mai tinere, oferindu-le o incursiune captivantă într-o atmosferă aparte, ce îmbină farmecul trecutului cu inovația actuală. Această combinație atrage o audiență diversă, creând oportunități de conectare intergenerațională prin experiența jocului.
* Un joc care a avut un success global, a fost jocul “Cuphead”, care a combinat grafica clasica animatiilor din 30-40 cu o sonorizare provenita din aceeasi perioada,

cu muzica si efectele sonore.

**Problem**

* **Do you know how much damage can a hacker/virus make**

**Solution-**

* **Framework nostalgic**
* **Hacking made simple**
* **Sense of progression**
* **Raises awareness**
* **Limited representation**

Ofera o solutie la