

# Предпроектное исследование проекта TechTrek Web.

Выполнил: Черных А.В - TeamLead, PM, BA 4 спец.команды №1 группы 4.

- **Анализ конкурентов**

- а. SWOT-анализ**

Категория	Внутренние факторы (Сильные/Слабые стороны)	Внешние факторы (Возможности/Угрозы)
Сильные стороны	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Полноценная бизнес-симуляция</b> с динамическими сценариями</li><li>• <b>AI-анализ решений</b> (глубокая обратная связь)</li><li>• <b>Этапы презентаций</b> (MVP, запуск, финал)</li><li>• <b>Гибкость</b> (адаптация под стиль игры пользователя)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Рост спроса</b> на геймифицированное обучение</li><li>• <b>Партнерства</b> с вузами и акселераторами</li><li>• <b>Интерес инвесторов</b> к EdTech с AI</li></ul>
Слабые стороны	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Отсутствие монетизации</b> на старте</li><li>• <b>Сложность балансировки</b> игровой механики</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Высокие ожидания</b> от AI-функционала</li><li>• <b>Конкуренция</b> с упрощенными симуляторами</li></ul>
Возможности	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Монетизация:</b> расширенный функционал, покупка доп.ресурсов</li><li>• <b>Расширение сфер:</b> добавление новых ниш (например, GreenTech)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Развитие игры как лицензии для акселераторов и кейс-чемпионатов.</li><li>• Риск пиратской версии игры.</li></ul>

## Угрозы

- **Технические риски:** ошибки AI, перегрузка серверов
- **Изменения** регуляции AI-сервисов
- **Быстрое копирование** механик конкурентами
- **Снижение** интереса к gamification

## в. Бенчмаркинг основных конкурентов

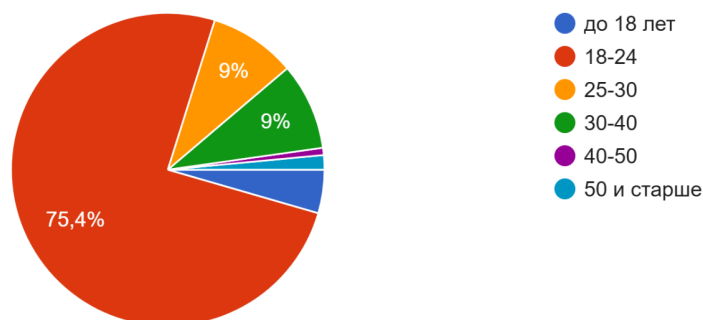
Критерий	Стартап-конструктор (Банда умников)	Симулятор IT-стартапа (SberCloud)	Virtonomica	Мы (TechTrek Web)
Выбор идеи стартапа	▲ Без проработки	▲ Только IT-сфера	✓ Есть	✓ Есть
Игровая механика	✓ Придумывание идеи + комментарии	▲ Выбор из 2-х вариантов	▲ Развитие стартапа через "ферму"	✓ Полноценная бизнес-симуляция
Обратная связь	▲ Долго ждать фидбэк от игроков	✗ Нет	✗ Нет	✓ ИИ анализирует решения игрока
Кризисные ситуации	✗ Нет	✓ Есть	▲ Циклические задания	✓ Динамические вызовы
Этап презентации	✗ Нет	✗ Нет	✗ Нет	✓ Есть защита идей
Глубокий разбор решений	✗ Нет	✗ Нет	✗ Нет	✓ Анализ и комментарии от ИИ
Адаптивность под игрока	✗ Нет	✗ Нет	✗ Нет	✓ ИИ подстраивает сценарии под игрока
Монетизация	✗ Нет	✗ Нет	✗ Нет	✗ Нет. Но планируем!

## • Целевая аудитория и рынок

### а. Результаты опроса

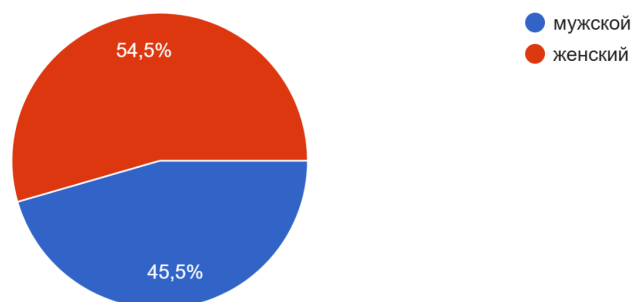
Ваш возраст

134 ответа



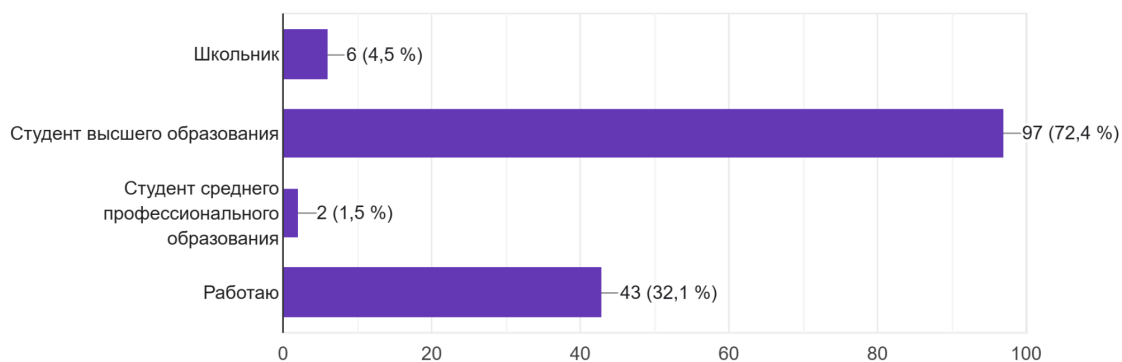
### Ваш пол

134 ответа



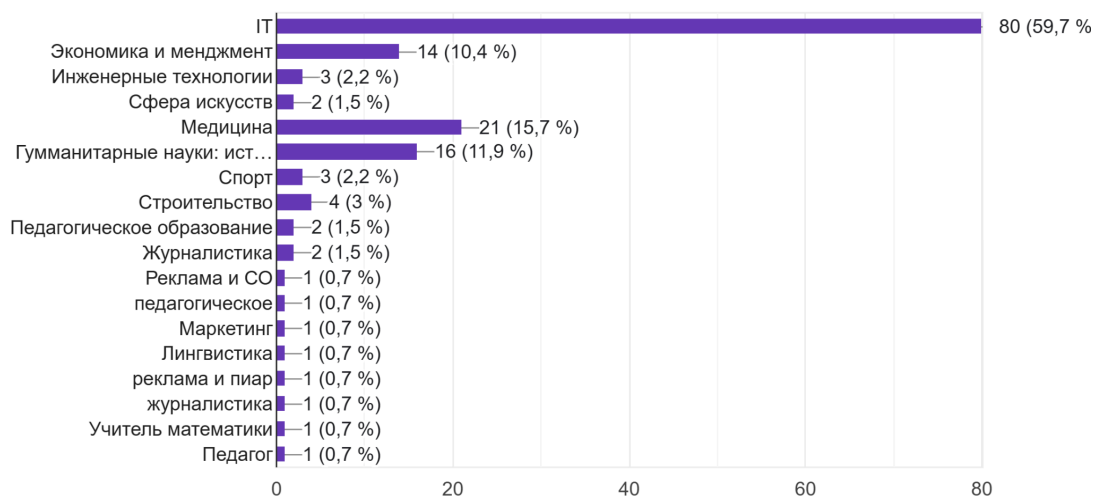
### Ваша профессиональная деятельность

134 ответа



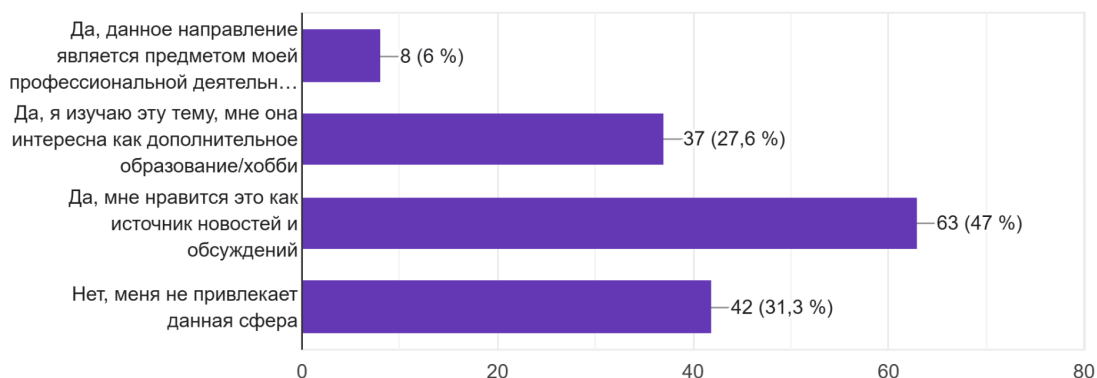
### Ваша образование/сфера развития

134 ответа



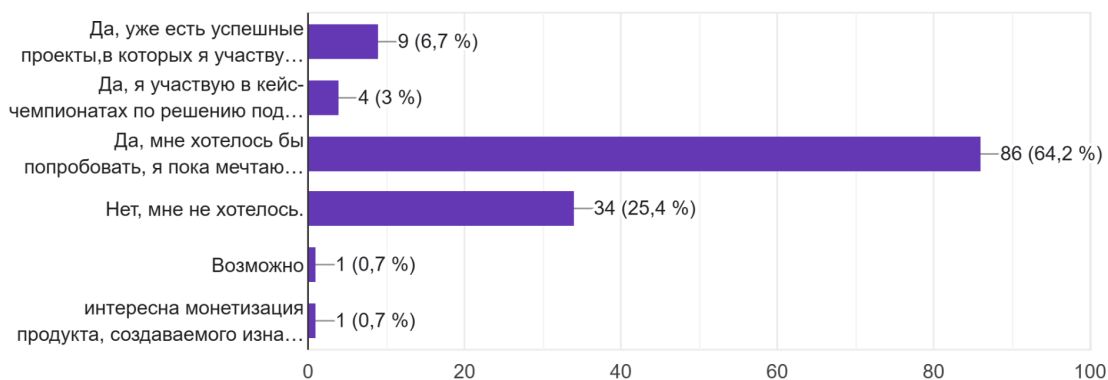
### Привлекает ли вас сфера бизнеса/бизнес образования/стартапов/менеджмента?

134 ответа



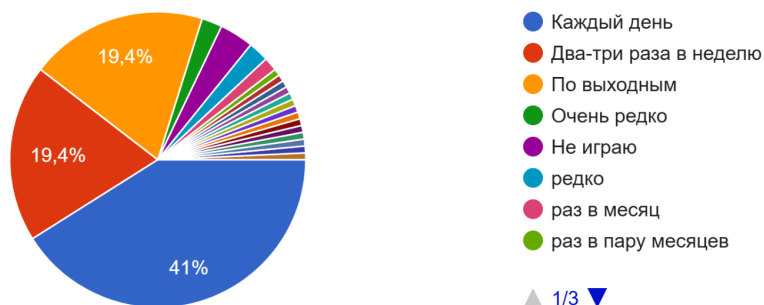
### Хотелось ли бы вам когда-нибудь создать свой собственный продукт/решение/технологию?

134 ответа



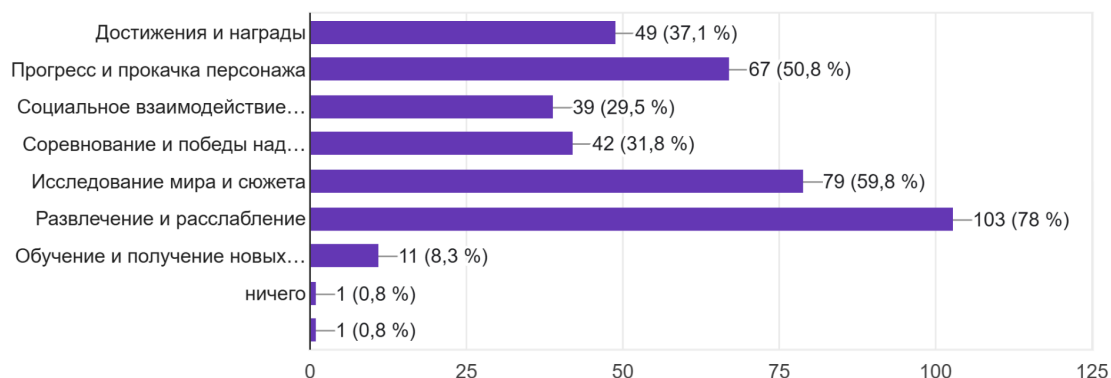
### Как часто вы играете в мобильные/ПК/консольные игры?

134 ответа



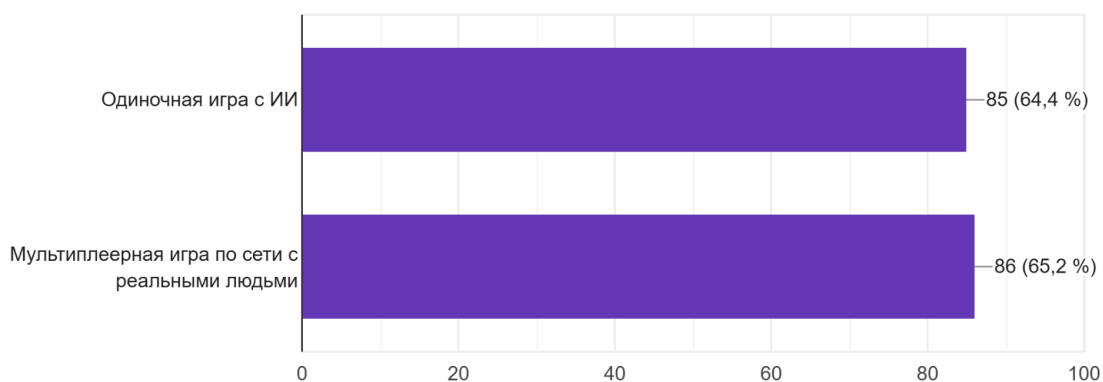
### Что вас больше всего мотивирует в играх?

132 ответа



### Какой формат игры вы предпочитаете?

132 ответа



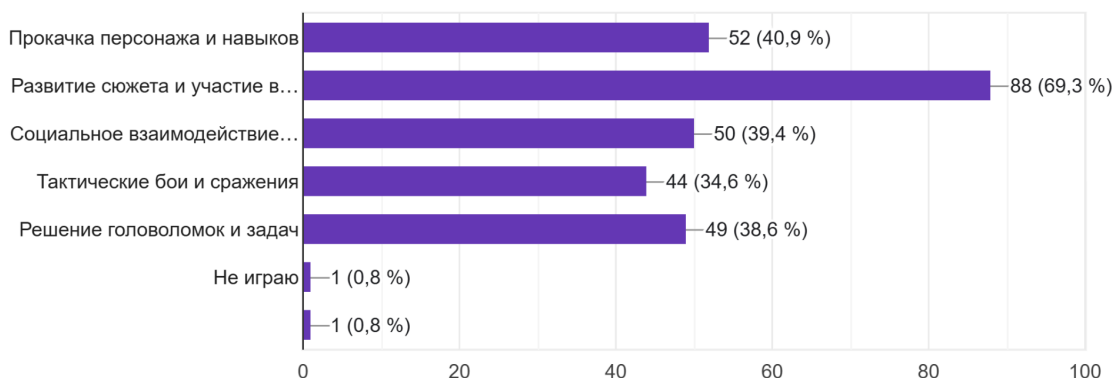
### Есть ли у вас опыт в играх, основанных на ролевых механиках (D&D, Pathfinder, настольные RPG и т.п.)?

131 ответ



### Какой элемент ролевых игр вам больше всего нравится?

127 ответов



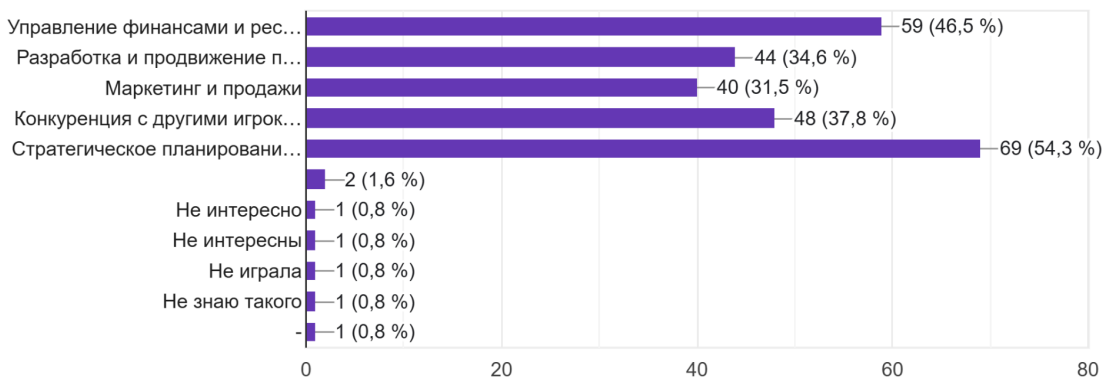
### Нравятся ли вам игры с экономическими/бизнес-симуляциями (например, Тусооп-игры, стратегии по управлению ресурсами)?

132 ответа



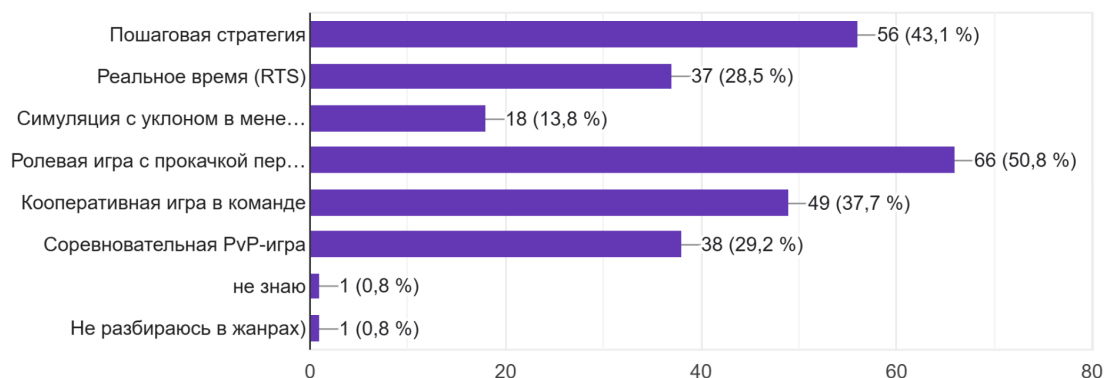
### Какие аспекты бизнес-симуляторов вам наиболее интересны?

127 ответов



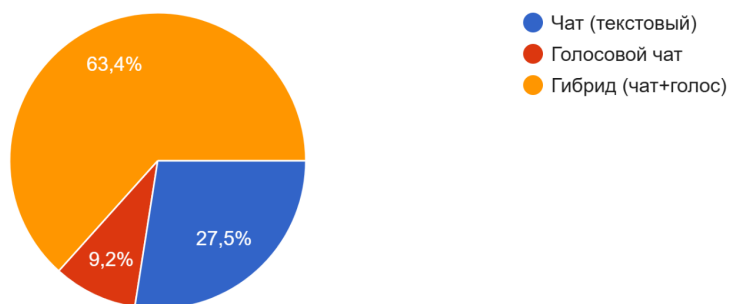
### Какой стиль геймплея вам больше по душе?

130 ответов



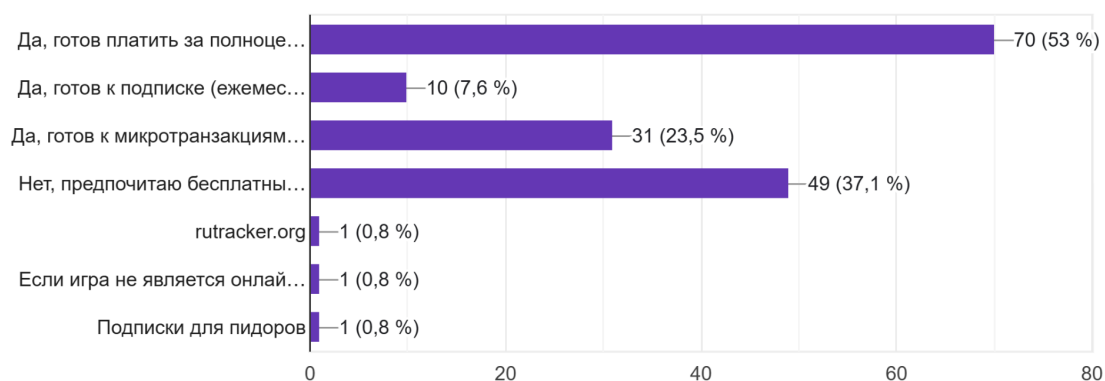
### Каким способом вам было бы удобно взаимодействовать в игре?

131 ответ



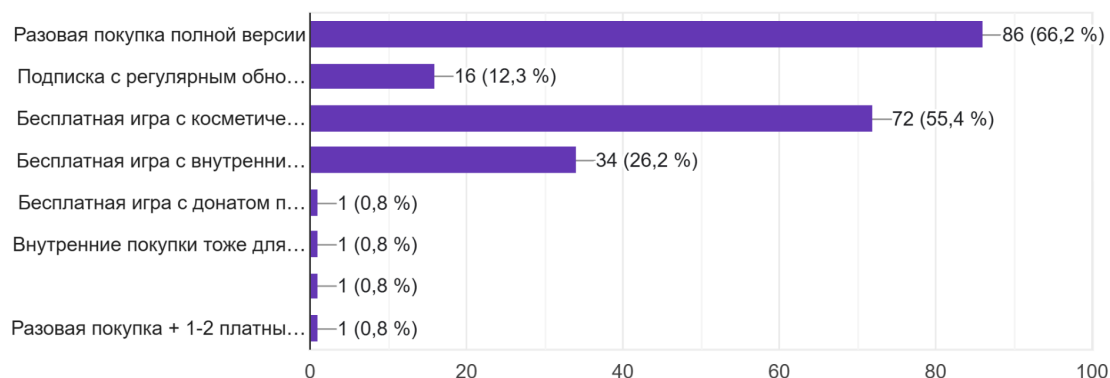
### Вы готовы платить за такие игры?

132 ответа



Какой формат монетизации вам кажется наиболее приемлемым?

130 ответов



## б. Инсайты исследования

- В современном обществе существует запрос на бизнес-образование.
- Молодежь хочет попробовать свои силы в создании нового продукта.
- Молодежь любит игры и через них во многом воспринимает реальность.
- Людям интересно пробовать свои силы с минимальными рисками.
- Люди готовы платить за интересные игры, решающие их проблемы.
- Многие предпочитают стратегически планировать свои действия.
- Нет половой дифференциации: тема игры и сфера бизнеса привлекает как мужчин, так и женщин.
- 50/50 любят играть в одиночный режим и мультиплеер.

## с. Портрет целевой аудитории продукта

Целевая аудитория продукта - молодые предприниматели, студенты высших учебных заведений.

## д. ГЕО: РФ

## е. SAM/SOM

## Оценка SAM

Количество потенциальных пользователей:



- В России около 5 миллионов студентов. Предположим, что продукт будет интересен хотя бы 10% из них (что является довольно консервативной оценкой), получаем 500 тысяч человек.

Интерес к геймификации и обучению:

- Согласно исследованию, молодежь активно интересуется играми и бизнес-образованием. Если предположить, что 20% из заинтересованных студентов будут использовать такой продукт, получаем 100 тысяч человек.
- Таким образом, потенциальный объем рынка (SAM) можно оценить примерно в 100 тысяч пользователей. Это достаточно большой сегмент, учитывая, что речь идет о специализированном образовательном продукте.

## **Оценка SOM**

Достижимость рынка:

- Учитывая сложность разработки и продвижения продукта, предположим, что компания сможет охватить лишь небольшую долю рынка (например, 10%). Это означает, что реальная аудитория составит около 10 тысяч пользователей.

Конкурентное окружение:

- Наличие конкуренции и сложность привлечения внимания целевой аудитории могут снизить этот показатель. Однако благодаря уникальным функциям (AI-анализ, гибкая адаптация, партнерство с вузами) есть шанс выделиться среди конкурентов.

Таким образом, SOM можно оценить в пределах 5–10 тысяч пользователей, что является вполне реалистичной целью для стартапа на начальных этапах развития

- **Финансовая модель**

### **а. Способы монетизации приложения.**

**В краткосрочной перспективе**

Единовременная покупка игры

### **В долгосрочной перспективе**

- Дополнительная покупка расширенной версии игры:
  - Игрок может вводить свою сферу стартапа.
  - Игрок может вводить свою цель и миссию стартапа.
  - Игрок может безлимитно обновлять цели и миссии стартапа.
  - Игрок может воспользоваться более совершенной LLM с более глубокой аналитикой игры.
  - Игрок сможет в долгосрочной перспективе играть онлайн против других игроков.
- Дополнительная покупка игровой валюты (бюджет стартапа) или времени.
- Создание API к игре/предоставление по лицензии игры для образовательных (иных) организаций.
- Предоставление игры как инструмент кейс-чемпионатам.

### **в. UNIT-экономика**

**Продукт:** Платная игра (разовая покупка)

**Цена игры:** 300 руб.

**Средний доход с игрока (ARPU):** 350 руб. (включая возможные допродажи, например, бонусный контент)

**Ожидаемое количество игроков:**

- Пессимистичный сценарий: **5 000**
- Оптимистичный сценарий: **10 000**

**Расходы:**

- **Маркетинг:** 100 000 руб. (таргетированная реклама, продвижение в соцсетях)
- **Разработка:** 10 000 руб. (минимальные затраты, если игра уже готова)
- **Доп. расходы:**

- Хостинг: 10 000 руб./год
- Налоги (15% от прибыли по УСН)
- Поддержка и обновления: 30 000 руб.
- **Итого расходы: ~ 160 000 руб.**

## **Unit-экономика (LTV vs. CAC)**

### **Customer Acquisition Cost (CAC)**

Формула:

$$\text{CAC} = \text{Маркетинговые расходы} / \text{Количество привлеченных игроков}$$

<b>Сценарий</b>	<b>Кол-во игроков</b>	<b>CAC (руб.)</b>
Пессимистичный	5 000	20
Оптимистичный	10 000	10

### **Lifetime Value (LTV)**

Поскольку игра разовая,  $\text{LTV} = \text{ARPU} = 350 \text{ руб.}$

**Вывод по Unit-экономике:**

**$\text{LTV (350 руб.)} > \text{CAC (10–20 руб.)} \rightarrow$  каждый привлеченный игрок приносит прибыль.**

**Маржинальность:**

- c. При  $\text{CAC} = 20 \text{ руб.} \rightarrow \text{Прибыль с игрока} = 350 - 20 = 330 \text{ руб.}$
- d. При  $\text{CAC} = 10 \text{ руб.} \rightarrow \text{Прибыль с игрока} = 350 - 10 = 340 \text{ руб.}$

## е. P&L

### Доходы

Сценарий	Кол-во игроков	Доход (ARPU × кол-во)
Пессимистичный	5 000	$5\,000 \times 350 = 1\,750\,000$ руб.
Оптимистичный	10 000	$10\,000 \times 350 = 3\,500\,000$ руб.

### Расходы

- Маркетинг: **100 000 руб.**
- Разработка: **10 000 руб.**
- Хостинг: **10 000 руб.**
- Поддержка: **30 000 руб.**
- Налоги (15% от прибыли):
  - Для 5 000 игроков:  $(1\,750\,000 - 160\,000) \times 15\% = **238\,500$  руб.\*\*
  - Для 10 000 игроков:  $(3\,500\,000 - 160\,000) \times 15\% = **501\,000$  руб.\*\*

### Итого расходы:

- Пессимистичный:  **$160\,000 + 238\,500 = \sim 398\,500$  руб.**
- Оптимистичный:  **$160\,000 + 501\,000 = \sim 661\,000$  руб.**

### Чистая прибыль

Сценарий	Доход (руб.)	Расходы (руб.)	Прибыль (руб.)
Пессимистичный	1 750 000	398 500	<b>1 351 500</b>
Оптимистичный	3 500 000	661 000	<b>2 839 000</b>

### Вывод:

- Даже в худшем случае проект **приносит >1,3 млн руб. прибыли.**
- В лучшем — **~2,8 млн руб.**

### f. RoI

Формула:

$$ROI = \left( \frac{\text{Чистая прибыль}}{\text{Инвестиции}} \right) \times 100\%$$

Инвестиции = Маркетинг + Разработка + Доп. расходы = 160 000 руб.

Сценарий	Чистая прибыль (руб.)	ROI (%)
Пессимистичный	1 351 500	845%
Оптимистичный	2 839 000	1774%

Вывод:

- ROI от 845% до 1774% — проект исключительно выгоден.
- Каждый вложенный рубль приносит 8,5–17,7 руб. прибыли.

### g. Дорожная карта продукта

#### Дорожная карта (Roadmap) продукта на 12 месяцев

##### 1. Подготовительный этап (0–3 месяца)

Цель: Запуск MVP (минимально жизнеспособного продукта) с базовым функционалом.

Ключевые задачи:

- Разработка ядра игры: бизнес-симулятор с динамическими сценариями.

- Интеграция базового AI-анализа решений (обратная связь по стратегии игрока).
- Создание одиночного режима с несколькими стартовыми сценариями (например, IT-стартап, ритейл, производство).
- Тестирование баланса игровой механики (доходы/расходы, конкуренция, случайные события).
- Запуск закрытого бета-тестирования среди студентов-партнеров.

Метрики успеха:

- 500+ участников бета-теста.
- Средний рейтинг игры  $\geq 4/5$ .
- Выявление и исправление 80% критических багов.

## 2. Запуск и первые улучшения (3–6 месяцев)

Цель: Публичный релиз, сбор обратной связи, доработка монетизации.

Ключевые задачи:

- Официальный запуск игры на платформах (Steam, мобильные магазины, веб-версия для вузов).
- Введение системы микроплатежей:
  - Покупка дополнительных ресурсов (бюджет стартапа, ускорение времени).
  - Премиум-доступ к расширенной аналитике AI.
- Добавление мультиплеера (PvP-режим: соревнование стартапов).
- Партнерство с 2–3 вузами для внедрения игры в образовательный процесс.

Метрики успеха:

- 5 000+ платящих пользователей.
- Средний ARPU  $\geq 350$  руб.
- Удержание игроков (Retention)  $\geq 30\%$  через 30 дней.

### 3. Масштабирование и углубление функционала (6–9 месяцев)

Цель: Расширение аудитории и углубление игрового опыта.

Ключевые задачи:

- Добавление новых ниш для стартапов (GreenTech, BioTech, EdTech).
- Запуск API для интеграции игры в акселераторы и кейс-чемпионаты.
- Улучшение AI:
  - Глубокая аналитика с прогнозированием успешности стратегии.
  - Персонализированные рекомендации по развитию стартапа.
- Локализация игры на английский язык (выход на международный рынок).

Метрики успеха:

- 15 000+ пользователей.
- 3+ партнерских программы с акселераторами.
- Рост ARPU до 500 руб. за счет премиум-контента.

### 4. Оптимизация и устойчивое развитие (9–12 месяцев)

Цель: Увеличение прибыльности и подготовка к новым этапам роста.

Ключевые задачи:

- Введение подписки (ежемесячный доступ к эксклюзивным сценариям и AI-аналитике).
- Запуск UGC-платформы (игроки создают свои бизнес-кейсы).
- Развитие киберспортивного направления (турниры по бизнес-симуляции с призами).
- Анализ данных для подготовки второй версии игры.

Метрики успеха:

- 25 000+ пользователей.
- ROI  $\geq$  1000%.
- Выход в топ-20 стратегических игр в нише EdTech.