ДИВО
DIGITAL WORLD

Home FAQ Contact us Our Menu

Город становится картой сокровищ

Материал организован в восемь разделов. Подразделы можно распределить по слайдам.

Описание продукта основано на предоставленном тексте; будущие функции и расчётные сценарии отмечены отдельно.

Скриншоты не включены.

LUSIFER
5 060

1 ОСНОВНАЯ ИДЕЯ И НАЗНАЧЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

ДИВО — мобильная геолокационная игра, которая превращает прогулку по городу в поиск сокровищ.

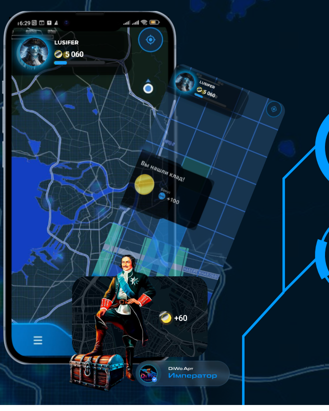
Игрок исследует реальные улицы, открывает территории на карте, находит игровые объекты, собирает пазлы и развивает персонажа. Прогресс связан с перемещением по городу и сделанными находками.

Приложение создано, чтобы дать привычным прогулкам новую цель: открыть незнакомое место, найти сокровище и продолжить собственную игровую историю.

Основной цикл: перемещение → открытие территории → поиск → находка → развитие → новое исследование.
Проект объединяет городской досуг, коллекционирование и соревнование. Любопытство привлекает пользователя к поиску, а коллекции и личный прогресс создают причины возвращаться.

Ценность проекта для покупателя: приложение объединяет понятный игровой сценарий, собственную систему коллекционирования и основу для развития в других городах. В перспективе на этой базе можно создавать игровые кампании для бизнеса.

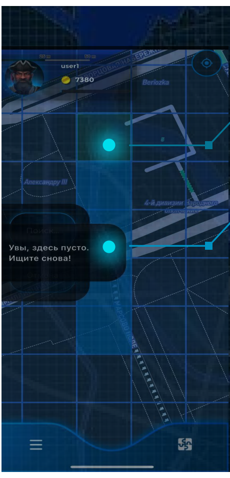
2 МЕХАНИКИ И ОСНОВНЫЕ ЭКРАНЫ



Карта и геолокация

Карта – главный экран ДиВо. Она показывает положение персонажа, закрытые и исследованные территории, доступные клетки и найденные сокровища. Геолокация связывает действия в приложении с реальным местоположением игрока.

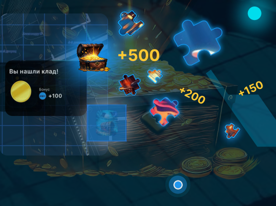
По мере перемещения пользователь получает доступ к новым клеткам. Каждая из них может оказаться пустой, содержать DWC или сокровище. Так формируется личная карта исследования города.


user1
7380
Beriozka
Александру III
4-й дивизии Народного ополчения
Увы, здесь пусто. Ищите снова!

Открытие территорий

закрытая	Territория еще не исследована
доступная	Игрок находится достаточно близко для открытия
открытая	Територия уже исследована
найдено	Внутри обнаружен игровой объект

Переход от закрытой территории к находке составляет основу поисковой механики

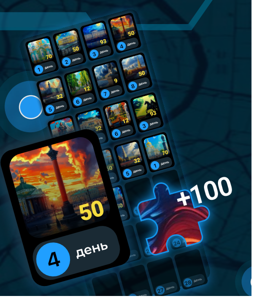


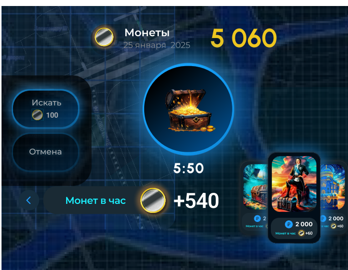
Сокровища и награды

Исследуя территорию, игрок может найти сокровище с внутриигровой валютой DWC или фрагментом пазла. Найденные сокровища также дают опыт для развития персонажа.

Пазлы и коллекции

Фрагменты, найденные во время прогулок, постепенно складываются в цельную картину. В разделе коллекций пользователь видит собранные части и оставшийся объём работы. Пазлы создают долгосрочную цель: продолжать исследование до завершения коллекции.





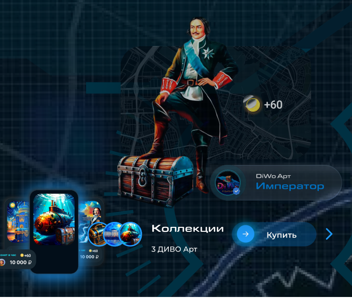
Внутриигровая валюта

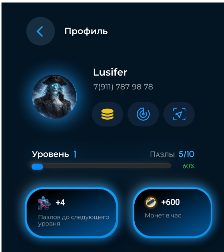
Исследуя территорию, игрок может найти сокровище с внутриигровой валютой DWC или фрагментом пазла. Найденные сокровища также дают опыт для развития персонажа.

Коллекция ДИВО Арт

ДИВО Арт – отдельная система коллекционных игровых объектов. Пользователь получает или приобретает объекты и видит их в своей коллекции. Их свойства и игровые преимущества определяются правилами приложения.

Эта система дополняет поиск сокровищ и создаёт основу для монетизации через коллекционный контент.

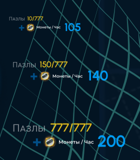


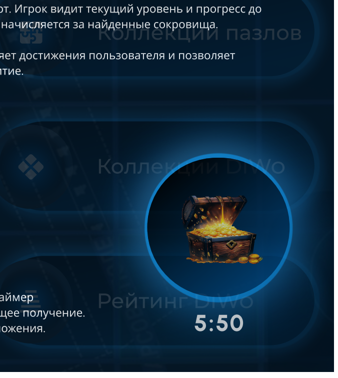


Уровень и профиль игрока

В профиле представлены аватар, никнейм, уровень, сбор DWC и коллекция ДиВо Арт. Игрок видит текущий уровень и прогресс до следующего; опыт начисляется за найденные сокровища.

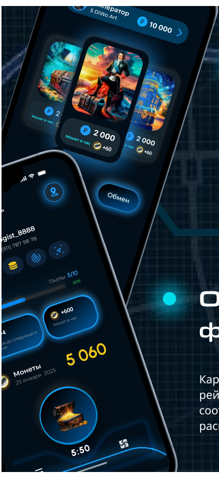
Профиль объединяет достижения пользователя и позволяет отслеживать развитие.





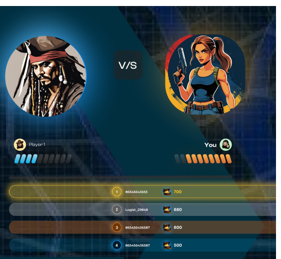
Таймер получения

В концепции предусмотрено временное ограничение получения наград. Таймер регулирует темп игровой экономики и показывает, когда доступно следующее получение. Точные интервалы и условия необходимо сверить с текущей версией приложения.



Рейтинг

Рейтинг позволяет сравнивать результаты пользователей. В предоставленном описании он рассчитывается на основе найденных сокровищ. Соревнование дополняет личные цели: собирать коллекцию, развивать персонажа и улучшать свой результат.



Основные экраны и функциональные разделы

Карта, профиль и прогресс, пазлы и коллекции, DiWo Art, рейтинг. Баланс DWC и таймер сопровождают соответствующие игровые действия; их точное расположение определяется интерфейсом.

3 ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Основная аудитория ДИВО — люди, которым интересны прогулки, мобильные игры и исследование города.

На первом этапе приоритетны постоянные жители Санкт-Петербурга: игру можно включить в привычные маршруты и возвращаться к поиску регулярно.

Описанные ниже сегменты – гипотеза для запуска, которую следует проверить по поведению реальных пользователей.

Любители прогулок / городских открытий	Новые впечатления и понятная цель для выхода в город
Игроки и коллекционеры	Поиск объектов, сбор пазлов, развитие персонажа и завершение коллекций
Любители соревнований	Улучшение личного результата и положения в рейтинге
Компании друзей и пары	Совместный досуг, выбор маршрута и сравнение находок
Туристы и новые жители	Интерактивное знакомство с городом : дополнительный сегмент с краткосрочным интересом

Почему пользователи будут возвращаться

ДИВО сочетает любопытство к неизведанной территории, желание завершить пазл, рост уровня и соревнование. Новая прогулка продолжает уже начатую игровую историю.

Почему пользователи могут платить

Основа платёжной мотивации – ценность развлечения: коллекционные объекты DiWo Art и предусмотренные правилами дополнительные игровые возможности. Наиболее перспективна проверка спроса среди вовлечённых пользователей, которые уже получают удовольствие от поиска и коллекционирования.

Подписка и дополнительные подсказки могут расширить предложение после разработки и тестирования. Цена, доля платящих пользователей и частота покупок пока являются гипотезами.

Потенциальная аудитория B2B

При развитии платформы клиентами могут стать заведения, торговые сети, туристические проекты и организаторы мероприятий. Их интерес – привлекать посетителей в реальные точки с помощью игровых заданий, брендированных объектов и промокодов.

Это отдельное направление развития, требующее инструментов для компаний и проверки спроса.

4 КАНАЛЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

Сайт знакомство с продуктом	Готовый сайт diwo-world.ru можно использовать как единую точку перехода из рекламы и публикаций. Его задача – объяснить идею ДиВо, показать игровой процесс, ответить на вопросы и помочь начать игру.
Блогеры показ игры в действии	Городские, туристические и игровые авторы могут познакомить аудиторию с ДИВО через собственную прогулку и поиск сокровищ. Такой формат наглядно объясняет продукт и помогает привлечь пользователей в городе запуска.
Telegram-канал регулярная связь	Канал подходит для новостей, обновлений, объяснения механик и историй игроков. Он помогает поддерживать интерес после первого знакомства и собирать обратную связь.
ВК привлечение и сообщество	Группа объединяет публикации, короткие видео, обсуждения и ответы на вопросы. Городские сообщества и рекламные размещения можно использовать для привлечения местной аудитории.
MAX доп. канал общения	Канал позволяет доставлять новости и инструкции пользователям, которым удобен этот мессенджер. Объём работы с ним стоит увеличивать по мере роста подписчиков и измеримого отклика.

Логика продвижения:

Публикации и блогеры знакомят с игрой → сайт объясняет её ценность → приложение даёт первый игровой опыт → социальные каналы поддерживают связь.

Для оценки результата важны регистрации, первая игровая активность и возвращения в приложение. Помимо готового сайта, перечисленные каналы представлены как предложения по продвижению; их запуск и текущие показатели не подтверждены.

ПОТЕНЦИАЛ И ВОЗМОЖНАЯ ВЫРУЧКА 5

У проекта два направления коммерческого развития:

- покупки пользователей
- услуги для бизнеса

Все цифры ниже – иллюстративные сценарии при заданных условиях. Они не являются текущими результатами ДИВО или гарантией будущих продаж.

Выручка указана до расходов, комиссий и налогов.

B2C игровая аудитория

В исходном сценарии предполагаются 500 000 регистраций, 150 000 активных пользователей в месяц и 40 000 активных пользователей в день. Для расчёта продаж используется именно месячная активная аудитория.

Модель предполагает введение подписки либо другого регулярного предложения со средним месячным платежом 500₽ на платящего пользователя.

Показатель	Сценарий 1	Сценарий 2
Активные пользователи в месяц	150 000	150 000
Доля платящих среди них	5%	8%
Платящие пользователи	7 500	12 000
Средний платёж в месяц	500 ₽	500 ₽
Месячная выручка	3,75 млн ₽	6 млн ₽
Выручка за 12 месяцев при сохранении показателей	45 млн ₽	72 млн ₽

Формула: месячная активная аудитория × доля платящих × средний месячный платёж.

Такая модель требует значительной активной аудитории и подтверждённого спроса на платное предложение. Стоимость её привлечения и удержания в расчёт не включена.
Также есть возможно покупки ДиВо Артов (внутриигровые артефакты), которые дают большее количество

B2B игровые кампании для компаний

В перспективе ДИВО может предлагать бизнесу размещение брендированных объектов, задания с промокодами и специальные городские события.
Пример сценария: пользователь выполняет задание на карте и получает предложение от партнёра, которое можно использовать в реальном заведении. Компания оплачивает проведение кампании.
Предложенные в исходных материалах тарифные ориентиры для проверки спроса: Start – 150 000₽ в месяц; Business – 300 000 - 500 000₽; Enterprise – 700 000 - 1 500 000₽ и выше. Это проектные цены, а не подтверждённые рыночные тарифы.

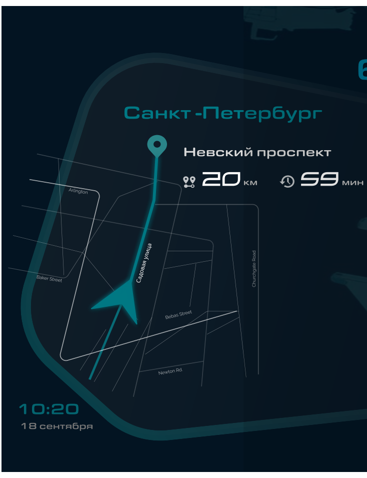
Группа клиентов	Расчёт	Месячная выручка
10 клиентов	10 × 150 000 ₽	1,5 млн ₽
5 клиентов	5 × 400 000 ₽	2 млн ₽
5 крупных клиентов	5 × 1 млн ₽	5 млн ₽
Всего: 20 клиентов		8,5 млн ₽

Дополнительные направления:

Разовые кампании и специальные городские мероприятия.
Индивидуальная разработка игровых сценариев для брендов.
Версия платформы под брендом заказчика – white label.
Коллекционный контент и дополнительные игровые функции.
Стоимость индивидуальных внедрений необходимо рассчитывать по объёму работ. Ориентир 5 - 30+ млн₽ из исходного текста пока не подтверждён сметой или сделками и не используется как прогноз продаж.

Коммерческий потенциал:

Сочетать потребительскую игру с услугами для бизнеса после проверки пользовательского спроса и разработки B2B-инструментов. Эти сценарии нельзя автоматически складывать: для них нужны разные ресурсы, команды и продажи.



6 МАСШТАБИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ПРОЕКТА

Геолокационная механика позволяет развивать ДИВО за пределами Санкт-Петербурга. Каждый новый город может получить собственную карту исследования, коллекции, локальные события и партнёров.

Запуск требует адаптации игрового контента, проверки доступности локаций, технической настройки и местного продвижения. Автоматическое подключение новых городов в предоставленных материалах не подтверждено.

Рациональная последовательность развития: проверить удержание и экономику в первом городе, отработать запуск во втором, затем тиражировать подтверждённую модель.

Новые механики

Ниже – предложения по развитию, а не перечень уже выпущенных функций.

Направление

- Изменяемые территории
- Редкость предметов
- Радар и подсказки
- Поиск выбранного предмета
- Городские события
- Прогресс по районам
- Гильдии
- Репутация исследователя
- Дневник приключений
- Ежедневные задания

Содержание

- Зоны с особыми условиями открытия и тематическими находками
- Несколько категорий редкости и новые коллекции
- Информация об объектах поблизости
- Персональная цель и подсказки по её достижению
- Тематические выходные и общие цели города
- Доля исследованной территории и районные рейтинги
- Командные задания, общий прогресс и рейтинг
- Статусы, открывающие новые задания и коллекции
- История находок и достижений
- Небольшие цели по исследованию и поиску

Пользовательская ценность

- Разнообразие исследования
- Долгосрочные цели
- Помощь в планировании поиска
- Более осмысленный маршрут
- Повод для совместной активности
- Видимый результат прогулок
- Совместная игра
- Развитие за пределами уровня
- Личная история игрока
- Понятный план игровой сессии

Развитие платформы для бизнеса

Следующий уровень – инструменты для запуска брендированных заданий, размещения объектов и оценки результатов кампаний. В дальнейшем возможны интеграции с системами партнёров и отдельные версии платформы под их брендом.

Для покупателя это несколько направлений развития одного продукта:

география, глубина игры, социальные функции и корпоративные сервисы.

7 АНАЛОГИ И ЦИФРЫ ИХ ДОХОДА

Геолокационные игры образуют существующий коммерческий сегмент

Для ДИВО полезны аналоги, в которых реальное перемещение связано с поиском, коллекционированием и развитием.
Ниже приведены исторические показатели с установленными периодами. Это аналитические оценки, а не чистая прибыль компаний.
Методики разных источников могут отличаться; суммы не следует напрямую сравнивать между собой или переносить на ДИВО.

Аналог	Общее с ДИВО	Показатель и период
Pokémon GO	Исследование города, находки, коллекционирование, совместная игра	По оценке Sensor Tower, 1,3 млрд долларов расходов игроков за 2021 год; более 6 млрд долларов совокупно к июню 2022 года в App Store и Google Play
Monster Hunter Now	Геолокация, поиск объектов, ресурсы и развитие персонажа	Около 150 млн долларов выручки в магазинах приложений менее чем за шесть месяцев, к 7 марта 2024 года; оценка AppMagic в публикации PocketGamer.biz
Jurassic World Alive	Геолокационный поиск и развитие коллекции	Более 40 млн долларов валовых расходов игроков с запуска в мае 2018 года к февралю 2019 года; оценка Sensor Tower
Ingress	Реальный город как игровое поле, территориальное соревнование	Надёжное подтверждение годовых сумм из предоставленной таблицы не найдено; используется как механический аналог
Orna	Геолокационная RPG, развитие, предметы и соревнование	Надёжное подтверждение годовых сумм из предоставленной таблицы не найдено; используется как пример глубокой игровой системы
Geocaching	Поиск тайников в реальном мире и исследование местности	Полезен как аналог поискового досуга и платного Premium-доступа; выручка в данном материале не подтверждена

Позиционирование ДИВО

ДИВО строится вокруг исследования территории, поиска сокровищ и сборки пазлов. Потенциальное направление дальнейшего развития – связать игровой поиск с предложениями местных компаний. Крупные аналоги показывают возможный масштаб категории, но располагают собственными брендами, бюджетами и международной аудиторией. Для ДИВО коммерческие результаты будут зависеть от качества игры, удержания пользователей, продвижения и экономики покупок.

Тезис для покупателя: ДИВО – проект городской геолокационной игры с понятным пользовательским циклом и несколькими направлениями роста. Его потенциал можно развивать через новые города, коллекционный контент, совместную игру и кампании для бизнеса.

СОСТАВ СДЕЛКИ 8

Покупатель получает приложение вместе с технической базой, пользовательскими материалами и визуальным оформлением проекта.

Сайт с полным доступом. Готовый сайт со всей размещённой информацией и полным доступом к управлению.

Приложение и исходный код. Само приложение, исходный код и презентация технической части – основа для сопровождения и дальнейшего развития продукта.

Гайд для пользователей. Готовое руководство по приложению, которое знакомит игроков с его возможностями и помогает начать игру.

Все материалы проекта. Логотип, изображения и файлы проекта для использования в приложении, на сайте и в продвижении.

Источники к разделу 7

1. Sensor Tower – Pokémon GO Catches $6 Billion in Lifetime Player Spending, июнь 2022.
2. PocketGamer.biz – Monster Hunter Now climbs to $150 million, 7 марта 2024.
3. Sensor Tower – Jurassic World Alive: $40 Million Grossed, февраль 2019.
4. Официальный сайт Ingress.
5. Официальный сайт Orna.
6. Geocaching – Premium.

Основание сегментации аудитории: описание ДИВО, а также официальные материалы Pokémon GO Routes и Party Play. Сегменты и платёжная мотивация ДИВО являются аналитической гипотезой.