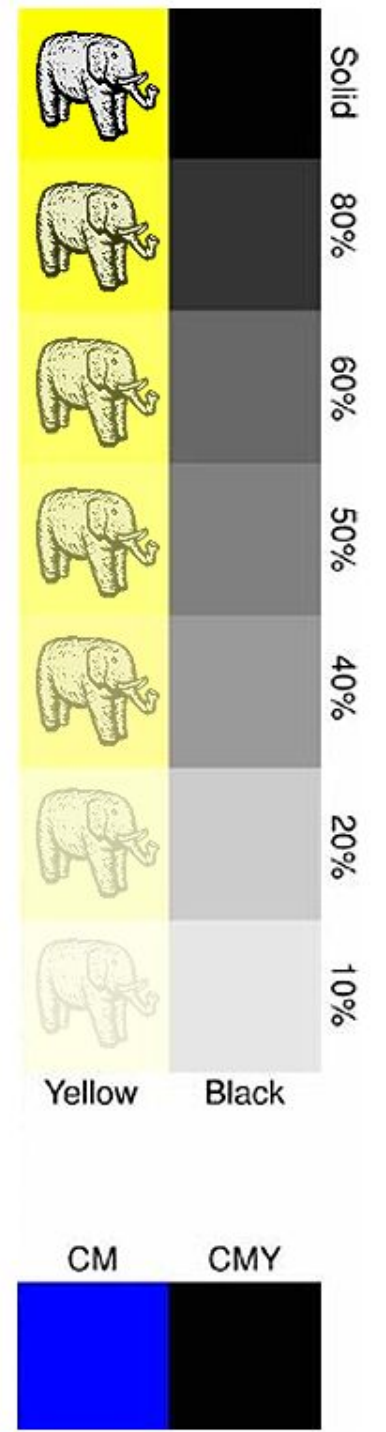


Ш Б  
 М Н К  
 Ы М Б Ш  
 Б Ы Н К М  
 Н Ш Ы И К Б  
 К Н Ш М Ы Б И  
 Н К И Б М Ш Ы Б  
 НАСТРОЙТЕСЬ  
 НА ТАКОЙ ШРИФТ  
 СЯДЬТЕ ПОУДОБНЕЕ



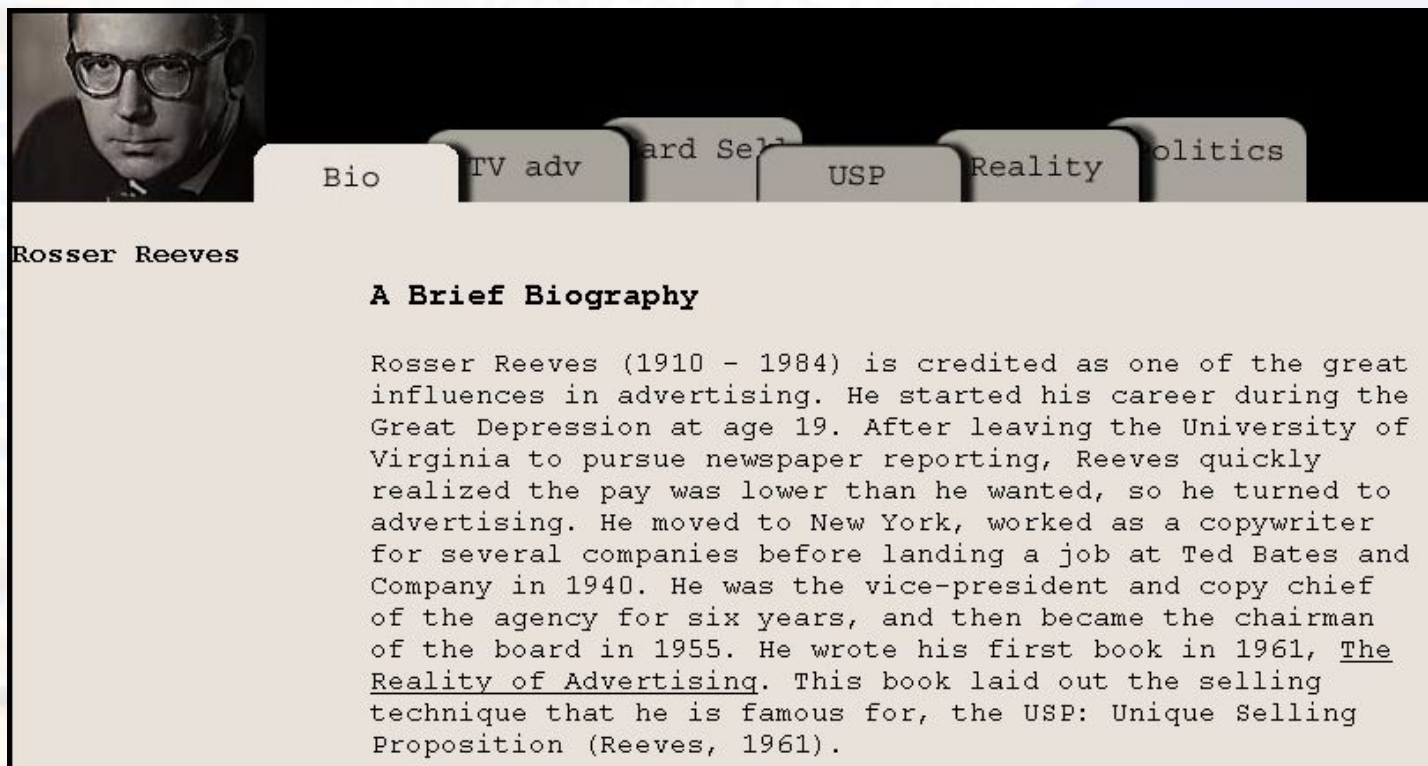
# КУПИ СЛОНА ИЛИ

**Вся правда об уникальном  
торговом предложении (USP)**

**Докладчик: Алексей Гиленко (Ведущий дизайнер, Nival Interactive)**

# Россер Ривз (Rosser Reeves)

придумал концепцию USP в 1961 году



**USP = Unique Selling Proposition**  
(уникальное торговое предложение)



Правильное USP:

**Clear** четкое и ясное

Купи именно этот товар и получишь именно эту специфическую выгоду.

**Unique** уникальное

Предложение должно быть таким, какого конкурент либо не может дать, либо просто не выдвигает.

**Strong** сильное

Предложение должно быть настолько сильным, чтобы привести в движение миллионы.

## А если бы игры продавались так? (представьте себе, что маркетинга и рекламы нет)



### **Вывод:**

Дизайнерское USP существует!

# Дизайнерское и маркетинговое USP

спроецированные на процесс разработки игры

дизайнерское  
USP

маркетинговое  
USP

старт

производство

релиз

**В идеале:**

дизайнерское USP равно маркетинговому USP



## Принцип **CLEAR**

### Прозрачность

Суть игры, ее основная эмоция, должна быть четкой, ясной и прозрачной.

### Взгляд глазами игрока

Всегда ставьте себя на место игрока, это основной принцип гейм-дизайна.



## Как следовать принципу CLEAR?

### **Фокус!**

Сфокусируйтесь на одном-двух Core Gameplays. Не множьте сущностей превыше необходимости.

### **Фан!**

Убедитесь (для начала мысленно), что вы передаете задуманную эмоцию. Убедитесь, что игрок получает фан.

### **Воплощаемость!**

Немедленно начинайте тестировать идею (USP) на воплощаемость.



## Прибор для медитации и тестирования мыслей на воплощаемость



**Позволяет поставить себя на место игрока**  
(плохо работает для платформы PC)



## Принцип **UNIQUE**

### Уникальность

USP вашей игры должно быть уникальным.

### Новая модель старого велосипеда

Вы не обязаны придумывать невероятный геймплей, которого ни у кого никогда еще не было.

## Как следовать принципу **UNIQUE?**

### **Ищите «под фонарем»!**

Найдите «фишку», которая находилась у всех на виду, но никто не обращал на нее внимания.

### **Правильно расставьте акценты!**

Неважно, что эта фишка есть у всех. Важно, что вы первые и единственные на рынке преподнесли ее игрокам на блюдечке с золотой каемочкой.

### **Все новое – хорошо забытое старое!**

Сделайте римейк. Если у вас нет лицензии, сделайте римейк так, чтобы никто не понял, что это римейк. Поройтесь в старых архивах а также в списках Best Game No One Played. Найдите старую идею, которую вы не могли реализовать раньше.

## **Black (Criterion/EA)**

как хороший пример USP-подхода



**Другие хорошие примеры:**

Shadow of Colossus, NFS Most Wanted...



## Принцип **STRONG**

### Энергия

Энергетический «посыл», заложенный в идею игры, должен быть очень сильным.

### Эмоция

Вложите «душу» в проект на стадиях Concept, PPP и PP.





## Как следовать принципу **STRONG**?

### **Полюбите свою игру!**

Измените свой мозг и научитесь любить игру, которую вы делаете, независимо от сеттинга, жанра и платформы.

### **Проведите Emotion Capture!**

Документально зафиксируйте эмоции, которые вы хотите донести до игрока.





**Проведите**

**Emotion**

**Capture**



## Фрагмент концепт-документа карточной игры, представленной Нивалом на КРИ

### Might and Magic Live KRI Battleshow! TCG concept

*«Меч и Магия: всеобщая бойня на КРИ 2006»*

*По сообщениям информационных агентств на выставке разработчиков компьютерных игр КРИ 2006 была устроена массовая бойня с применением магических карт и подручных предметов. Жертв и пострадавших нет, все участники остались довольны, но многие из них теперь подвержены приступам неконтролируемого смеха.*

#### Идея

Сделать карточную игру, основанную на принципах **Munchkin** (simplicity, fun, socialization) и **MTG: Unglued** (fun, socialization), в которой аспект socialization доведен практически до абсурда так, чтобы матч между двумя игроками превращался в веселое и зрелищное шоу, которое интересно и смешно наблюдать со стороны. Правила игры должны вынуждать игроков, участвующих в поединке, совершать смешные действия, нехарактерные для «обычной жизни» (бегать, прыгать, кричать петухом, переодеваться и т.п.).



### Концепт следовал принципам:

Прозрачность, уникальность, передача эмоции, проверка на воплощаемость.



## Связь между вероухом документов через призму USP

### Strategic Statement

Это USP, поданное руковолдству компании.

### Concept, Proposal, Pitch

Это USP, поданное издателю.

### Vision, Development Objectives

Это USP, поданное команде.

### Key Features

Это декомпозица USP на «запчасти», подаваемая всем подряд.

## Свойства качественных кей-фичей

### Обращайтесь к игроку (Motivate!)

Каждая фича должна обращаться к игроку.

### Раздавайте подарки (Give a Gift!)

Каждая фича должна быть «подарком» игроку.







## Расшифровка иероглифа «гейм-дизайн»

### Гейм-дизайн в руке

Логический дизайн. Отточенная механика и баланс.

### Гейм-дизайн в сердце

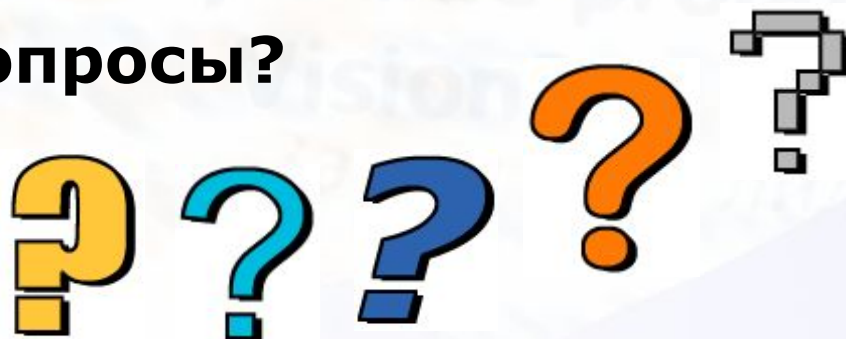
Эмоциональный дизайн. Virtuозно схваченная и переданная эмоция. USP точно бьет в цель.

### Нет гейм-дизайна ни в руке ни в сердце

Unknown.



## Вопросы?



### Полезное по теме:

Россер Ривз. **Реальность в рекламе.**

Павел Епишин. **Геймдизайн за деньги.**  
Доклад на КРИ 2006.

Александр Мишулин. **Возвращение к классике.** Доклад на КРИ 2005.

Дмитрий Девишев. **Разработка Strategic Statement** игрового проекта. Доклад на КРИ 2005.