



# Prospect – это студия геймификации полного цикла

Наша команда включает в себя сценаристов, методистов, геймдизайнеров, разработчиков для web- и мобильных устройств

**26** довольных клиентов – крупных компаний и гос. учреждений

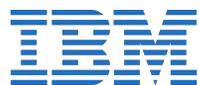
**500 000+** человек – общий охват разработанных продуктов



#1 среди команд в сфере геймификации 2019 – НИУ ВШЭ



#1 среди игровых образовательных программ – Новаторство в образовании 2019



ДЕПАРТАМЕНТ  
ОБРАЗОВАНИЯ  
ГОРОДА МОСКВЫ



# Кейс. Тилли

---



## Цели проекта:

- Повысить конверсию в оплату полного доступа среди пользователей бесплатной версии
- Увеличить среднее время, проводимое пользователем за занятиями



## Целевая аудитория:

Дети в возрасте от 3 до 7 лет – пользователи платформы



## Решение:

Сюжетная онлайн-игра, интегрированная в web-приложение Тилли: вместе с кроликом Тилли ребенок путешествует по игровому миру в поисках сокровищ, выполняя учебные задания из своей персональной образовательной программы.

## Результаты:



- Повысили конверсию с 1% до 2,5%.
- Увеличили среднее время проведенное за занятиями с 7 до 15 минут

# Кейс. Тилли

Меню Главная О проекте Занятия Тарифы

домашнее задание

Награды

990

Грамоты

Кубки

Медали

Сообщение от педагога

Количество грамот - 3

У тебя пока нет грамот. Выполняй интересные задания и получай грамоты!

Подготовка к школе

фильм ребёнка

Грамота для Тиллика

награждается

За успехи в занятиях и полное освоение тематического раздела

директорской к. п.

Грамота для Тиллика

награждается

За успехи в занятиях и полное освоение тематического раздела

директорской к. п.

Меню Главная О проекте Занятия Тарифы Стеша

# Дошкола Тилли

Прямо сейчас доступно заданий

## 7569

+ 105 заданий добавлено на этой неделе

Всего решено заданий

## 40112

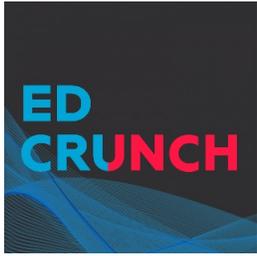
присоединяйся к нашим тилликам прямо сейчас!

Занятия с Тилли

Курсы

Выберите возраст

Выберите предмет изучения



## Системы геймификации для повышения вовлеченности участников EdCrunch 2020



### Бизнес задача:

- Повысить активность участников EdCrunch 2020, повысить конверсию в участие в EdCrunch 2021 из числа участников конференции этого года.



### Задачи геймификации:

- Помочь участнику с навигацией по платформе.
- Повысить интерес участника к программе конференции.
- Вознаграждать участника за выполнение целевых действий.





## Системы геймификации для повышения вовлеченности участников EdCrunch 2020

### Решение:

1. Внедрена система сопровождения участника с рекомендациями наиболее релевантного контента.
2. Создана игровая валюта и магазин вознаграждений.
3. За целевую активность на платформе участники получали статусные бейджи.

### Результаты в цифрах:

12 500+

Участников

3100+

Получили больше половины ачивок

+38%

Покупки билетов на второй день конференции по сравнению с предыдущим годом

## Впечатления победителя



ED  
CRUNCH  
ON DEMAND

Мероприятие завершено.  
Отзывы участников: <https://clck.ru/T7txE>

# Кейс. Приложение по трекингу привычек (не разглашаем название по NDA)



## Цели проекта:

- Повысить конверсию в оплату полного доступа среди пользователей бесплатной версии.
- Увеличить среднее время, проводимое пользователем в приложении.



## Целевая аудитория:

ГЕО: US+Rus

16-35 лет



## Решение:

Рейтинговая онлайн-игра, интегрированная в мобильное приложение ХХХ: пользователи приложения оценивают качество жизни друг друга за прошедшую неделю.

Благодаря этому, игрок может отслеживать как меняется качество его жизни на протяжении недель, месяцев и лет

## Результаты:



- Повысили конверсию в полтора раза.
- Повысили среднее время проведения пользователей в приложении на 35%

# Кейс. Приложение по чтению книг (не разглашаем название по NDA)

---



## Цели проекта:

- Повысить конверсию в начало чтения книг.
- Повысить ретеншн чтения.



## Целевая аудитория:

Новые клиенты сервиса

## Решение:



Игровая система, включающая в себя интерактивного помощника и ряд игровых механик. Система позволит пользователям сделать выбор книги более простым и повысит мотивацию пользователя к дочитыванию книги и к переходу к новой.

## Результаты:



- Рост конверсии из нового пользователя в начавшего чтение на 30%
- Рост ретеншена по чтению на 2 месяца

# Кейс. Сервис по доставке еды (не разглашаем название по NDA)



Веб-приложение с возможностью интеграции на корпоративном портале ресторана с доставкой\*



## Бизнес задача:

- Повысить эффективность процесса адаптации линейного персонала;
- сопровождать и повышать вовлеченность стажеров в процесс адаптации;



## Целевая аудитория:

- Повара
- Су-шефы
- Руководители производства
- Курьеры



# Кейс. Сервис по доставке еды



Веб-приложение с возможностью интеграции на корпоративном портале ресторана с доставкой\*

## Сюжетное наполнение:



По сюжету сотруднику необходимо собрать все улики, чтобы узнать рецепт секретного ингредиента вкуснейшей еды компании заказчика.



С помощью карты участник игры всегда видит, на каком этапе адаптации он находится, и понимает, сколько еще этапов ему нужно пройти, чтобы стать полноценным сотрудником компании.

Каждая станция квеста соответствует одному заданию в рамках адаптации.

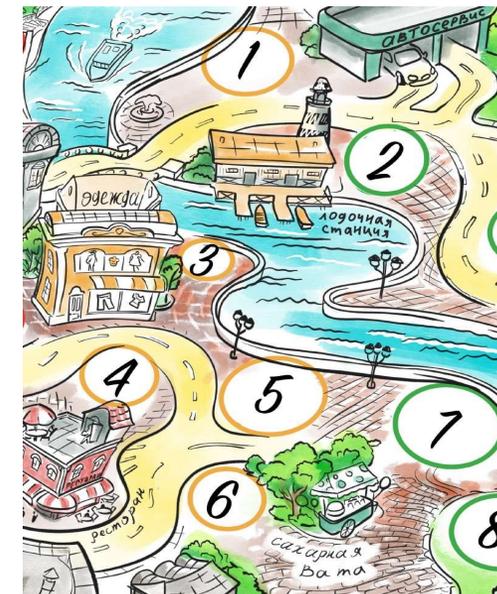


По ходу квеста (на протяжении всего периода адаптации) игрока сопровождает помощник — аналог mascota компании

## Результаты:



- Скорость обучения сотрудников выросла в 2 раза
- Отток в первый месяц работы сотрудников сократился в 1,5 раза



Как может выглядеть карта

# Кейс. Маркетинговая онлайн-игра симулятор «Вклад» для iOS и Android



Финансовая игра – симулятор, направленная на рост осведомленности о существующих продуктах компании среди клиентской аудитории

## Бизнес-задачи

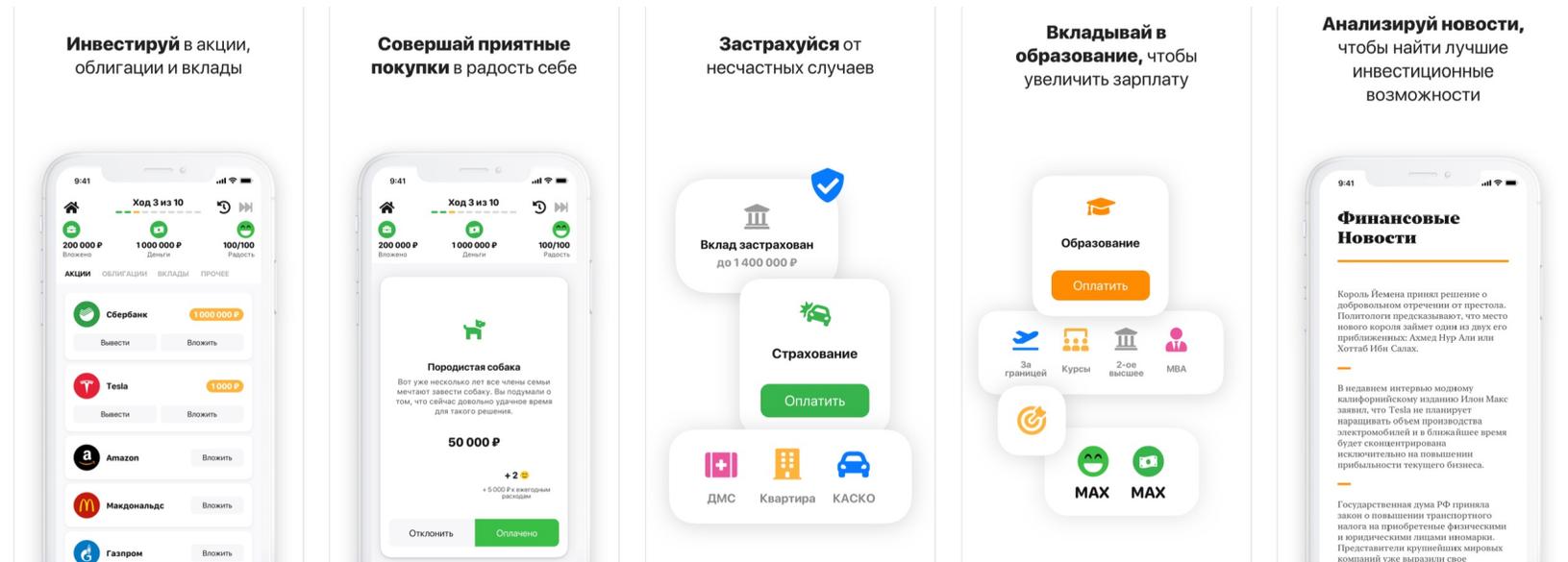
- Рост осведомленности клиентов компании о существующих финансовых продуктах
- Повышение узнаваемости брендов среди участников и их родителей

## Задачи геймификации

- Рост усваиваемости знаний за счет практической отработки полученных знаний в игре
- Рост мотивации за счет создания конкурентной среды

Мы разработали онлайн-игру, симулирующую 10 лет жизни, за которые необходимо заработать как можно больше денег с помощью различных финансовых инструментов

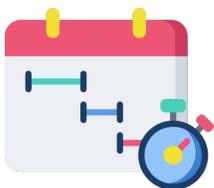
Игра учит планировать, принимать решения, критически мыслить и оценивать рентабельность своих вложений в условиях, приближенных к реальной жизни.



# Кейс. Маркетинговая онлайн-игра симулятор «Вклад» для iOS и Android



*Финансовая игра – симулятор, направленная на рост осведомленности о существующих продуктах компании среди клиентской аудитории*



## Симуляция реальной жизни

Участник должен распределять заработанные деньги, приумножать сбережения с помощью финансовых инструментов, защищаться от рисков.

При этом, участник должен поддерживать достаточный уровень «радости» через направление средств на приятные покупки.



## Реиграбельность

Участник имеет возможность играть снова и снова, постоянно улучшая свой результат и соревнуясь с другими. Игра имеет бесконечное количество уникальных сценариев.

## Текущие результаты

20 000+  
установок

4,8  
рейтинг игры в AppStore

4,5  
рейтинг игры в GooglePlay

Скачать игру: [fingame.vbudushee.ru](http://fingame.vbudushee.ru)

# Кейс. Колесо фортуны в формате VK mini-app для Умскул



*Мини-приложение Вконтакте, направленное на повышение количества покупок курсов и привлечение внимания клиентов к продукту.*

## Бизнес-задачи

- Увеличить вовлеченность пользователей во взаимодействие с брендом Умскул в летний период
- Привлечь максимальное количество участников в бесплатный августовский курс по предметам
- Сегментировать аудиторию по возрасту

## Задачи геймификации

- Повысить заинтересованность пользователей возможностью прохождения бесплатных курсов от Умскул
- Стать инструментом для развлечения и разнообразия жизни школьников, тем самым вовлекая его в диалог с брендом

Мы разработали игру в необычном для розыгрыша формате, представляющий из себя колесо фортуны как в передаче «Поле чудес».

Максимальное количество посещений в игре достигается с помощью ежедневных напоминаний и розыгрыша.

Если пользователь захочет покрутить колесо еще раз, у него будет еще одна попытка это сделать, выложив историю или пост с конкурсом.

# Кейс. Колесо фортуны в формате VK mini-app для Умскул



## УМСКУЛ

Мини-приложение Вконтакте, направленное на повышение количества покупок курсов и привлечение внимания клиентов к продукту.

### Вирусный эффект

Игры такого типа быстро обретают вирусный эффект за счет необходимости игрокам делиться игрой с друзьями для того, чтобы получить как можно больше призов. Этот эффект может помочь повысить лояльность клиентов, привлечь новых пользователей и повысить узнаваемость бренда.



### VK mini-app

Мини-приложение ВКонтакте отлично подходит для введения геймификации в сфере образования, так как оно позволяет сделать небольшую игрушку в самой социальной сети и продвигать ее при помощи таргетинга среди ЦА.

Текущие  
результаты

30 000+

Пользователей за 10 дней

405

Купленных курсов

2,2%

Конверсии в оплату

Почитать об игре: <https://rb.ru/opinion/how-to-launch-marketing-game/>