

СОЗДАНИЕ МОБИЛЬНОЙ ИГРЫ: ОТ ИДЕИ ДО РЕЛИЗА

В работе рассказывается о создании мобильной гиперказуальной игры, а так же о ее пабблишинге.

ВВЕДЕНИЕ

Придумать идею - это не самая сложная задача. И реализовать ее тоже не сложно. Куда сложнее довести проект до финала и выложить в онлайн магазины. Хотя и это не самая сложная задача. Игр, находящихся в магазинах, много, их миллионы. Куда сложнее сделать популярный и финансово успешный продукт. Мой доклад будет рассказывать о всех трудностях, которые я встретил на своем пути, и как их преодолевал.

I. ЖАНР “ГИПЕР КЭЖУАЛ”

Последние два года по всему миру начал набирать популярность жанр игр под названием “Гипер кэжуал”. Он подразумевает под собой максимально простые игры, в которых примитивная графика и всего пара механик. Такие игры набирают большую популярность, потому что они очень легки в освоении. Так же данные игры достаточно легки в разработке, поэтому попробовать создать их может каждый.

II. РАЗРАБОТКА ИГРЫ

Поэтому мой выбор пал на этот жанр. За пару дней в голову пришла идея игры. Она заключается в том, что у нас есть прыгающий на платформе шар, который по нажатию на экран двигается в бок, разбивая стекло. Цель данной игры - пройти уровень, разбивая стекла и не разбиться о препятствия. Механика была довольно простой и, за счет разбития стекол, приятной. И я принялся за разработку. Писать проект решил на популярном игровом движке Unity. Игру я писал в одиночку, исключительно по вечерам после учебы и работы. После недели такой работы у меня получился интересный прототип, который можно было дать поиграть друзьям. Так я и сделал, заодно получив полезный фидбек. Данную итерацию я повторил еще пару раз. В итоге, через неделю у меня получилась увлекательная игра, которая нравилась не только мне, но и друзьям.

Сиденко Артем Сергеевич, студент 3 курса факультета информационных технологий и управления Белорусского государственного университета информатики и радиоэлектроники, sidanko.a@gmail.com.

Научный руководитель: Шатилова Ольга Олеговна, ассистент кафедры вычислительных методов и программирования Белорусского государственного университета информатики и радиоэлектроники, shatilova@bsuir.by .

III. ТЕСТИРОВАНИЕ И ПАББЛИШИНГ

Далее я начал проводить тесты, чтобы понять интересна ли данная игра самым разным людям, а не только моему окружение. И если результаты будут хорошими, то будет смысл довести до ума и найти пабблишера, который ее издаст. Купил аккаунт разработчика apple и android. Подключил к игре рекламную сеть appodeal и аналитики unity analitic и facebook analitic. Как оказалось, сделать это совсем не просто. Загрузил приложение в App Store и Google Play на несколько стран. С этим тоже было немало проблем. Затем сделал простое рекламное видео и закупил 1000 установок. Результаты данных установок показали себя достаточно неплохо. Главный показатель - retention (возврат игрока обратно в игру) оказался довольно высоким, а так же цена установок была низкой. Имея на руках результаты тестирования, мы пошли к издателям представлять нашу игру. В наше время, из-за большой конкуренции на рынке продвинуть и заработать на игре без издателя почти невозможно. Он не только публикует игру в мобильных магазинах, но и занимается ее продвижением. На данный момент в мире существует большое количество разных издателей, заинтересованных в похожих играх, готовых сотрудничать на разных условиях. Наш выбор пал на большую белорусскую студию Gismart. Они также заинтересовались нами. По итогу мы подписали контракт и начали доработки по продукту.

IV. ВЫВОДЫ

По итогу за месяц работы у меня получилось разработать игру в жанре “Гипер кэжуал”, провести успешные тесты и найти пабблишера. Что будет дальше - увидим.

1. <https://rocketapp.top/hyper-casual-igyrec62460792>
<https://gdcuffs.com/gd-stuff-hyper-casual/>
<https://gdcuffs.com/lo-fi-cpi-hyper-casual/>