

КОМПАНИЯ

DIGITAL LAB

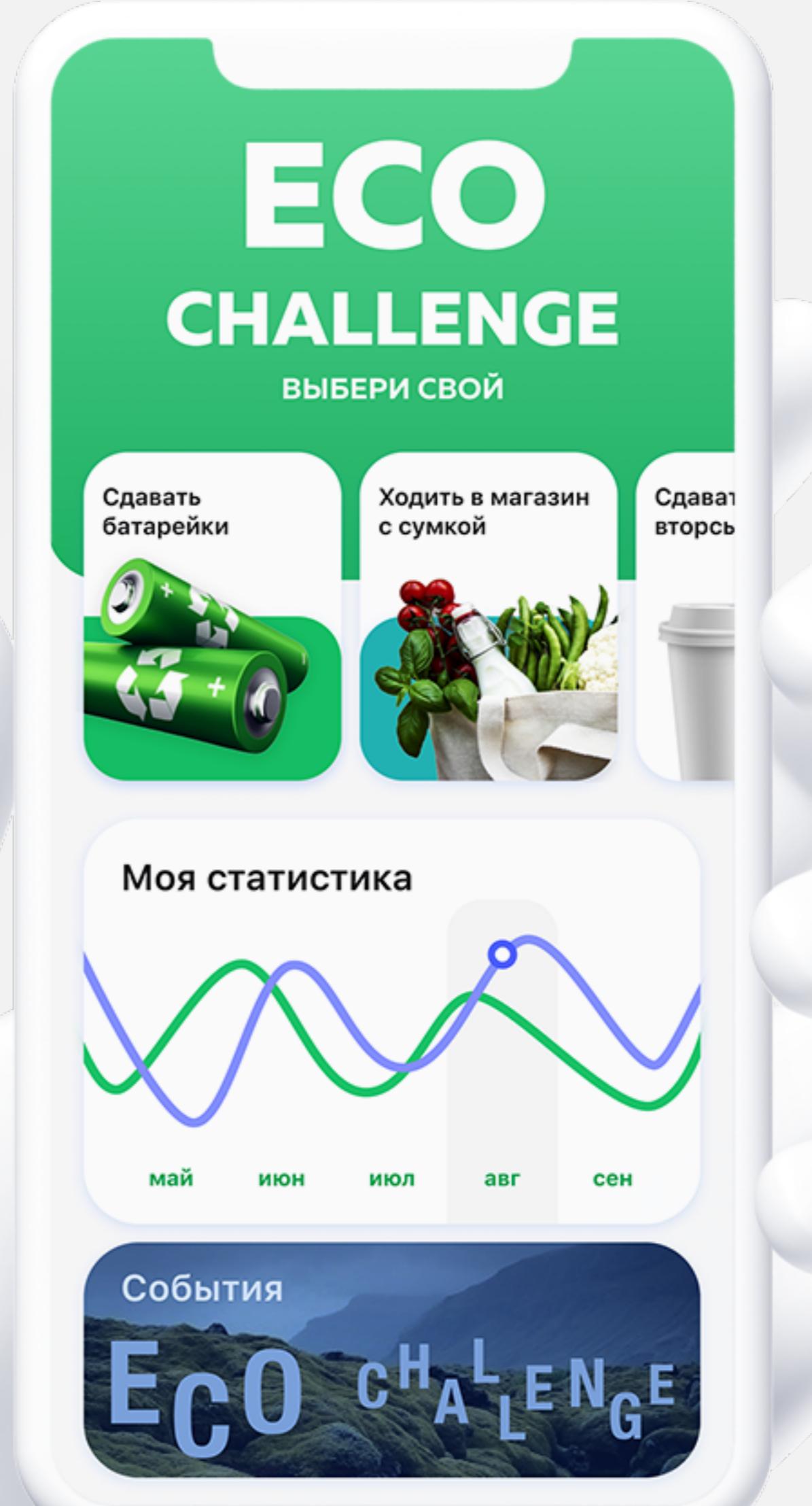
СПИКЕР

Антон Старченков

ПРОДУКТ

Приложение ECO-CHALLENGE

Игровая механика для мотивации жителей города  
живьт экологично



## КОМПАНИЯ НА РЫНКЕ

DIGITAL LAB – ООО «КВАДРАТ»

Дата регистрации: 16.11.2010

Местонахождение производства: г. Москва, ул. Фридриха  
Энгельса, д.60

Регион регистрации компании: г. Москва

Выручка от реализации в 2019 году: 148,78 млн

Численность персонала: 60 человек



СБЕРБАНК

kaspersky

Пятёрочка

Альфа Банк

РИГЛА

@ mail.ru  
group

DOMODEDOVO  
MOSCOW INTERNATIONAL AIRPORT

## ОПЫТ ИСПОЛНЕНИЯ ГОСКОНТРАКТОВ

ПАО Сбербанк – 2018

АО Технодинамика – 2019 год

АО «Северсталь Менеджмент» – 2019

ВТБ Капитал – 2020

«Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) – 2020



ВТБ Капитал



Северсталь

ТЕХНОДИНАМИКА



**ЦЕННОСТЬ ПРОДУКТА ДЛЯ АУДИТОРИИ****Мотивация**

Награды, нотификация, соревновательный процесс

**Обучение**

Вовлечение в обучающие игровые механики

**Информирование**

Карта эко-инфраструктуры города, новые  
эко-проекты и акции

**CHALLENGE****ЦЕННОСТЬ ПРОДУКТА ДЛЯ ЗАКАЗЧИКОВ****Коммерческие  
структуры**

Новый канал коммуникации и продвижения

**Городская  
администрация**

Информирование населения о городских  
проектах и стимулирование участия в них

Возможна коллаборация брендов  
и Администрации

Подобный тип коммуникации не используется  
и не имеет конкурентов в тематике экологии

## ПРИНЦИП ДЕЙСТВИЯ ПРОДУКТА

### Выбор челленджа

Выбор в рамках приложения и принятие челленджа – испытания с разными временными рамками, связанного с экологией.

### Результат

Подтверждение выполненного действия и поощрение пользователей внутриигровыми баллами.

### Примеры челленджей

- сортировка мусора
- сдача батареек
- отказ от пакета
- сдача вторсырья (бумага/пластик)

### Соревнования. Личные и коллективные рекорды

#### ПРИМЕР

Район города должен собрать N килограмм батареек за месяц. В статистике мы будем видеть все районы Москвы и их достижения.

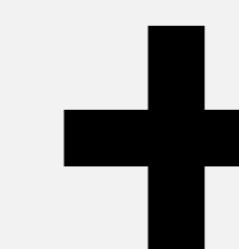
#### ПРОВЕРКА ДЕЙСТВИЙ

1. Опрос пользователей в приложении: «Справились ли вы сегодня со своей задачей?».
2. Автоматизация интеграции: партнеры автоматически учитывают факт совершения действия.

### Обучение. Короткая игровая механика после принятия челленджа

#### ПРИМЕР

Пользователь соглашается неделю сортировать мусор, вовлекается в короткую игру, которая объяснит, как это делать правильно, затем начинается челлендж.



### Информирование о правилах сортировки

Карта пунктов приема вторсырья, батареек и т.д.

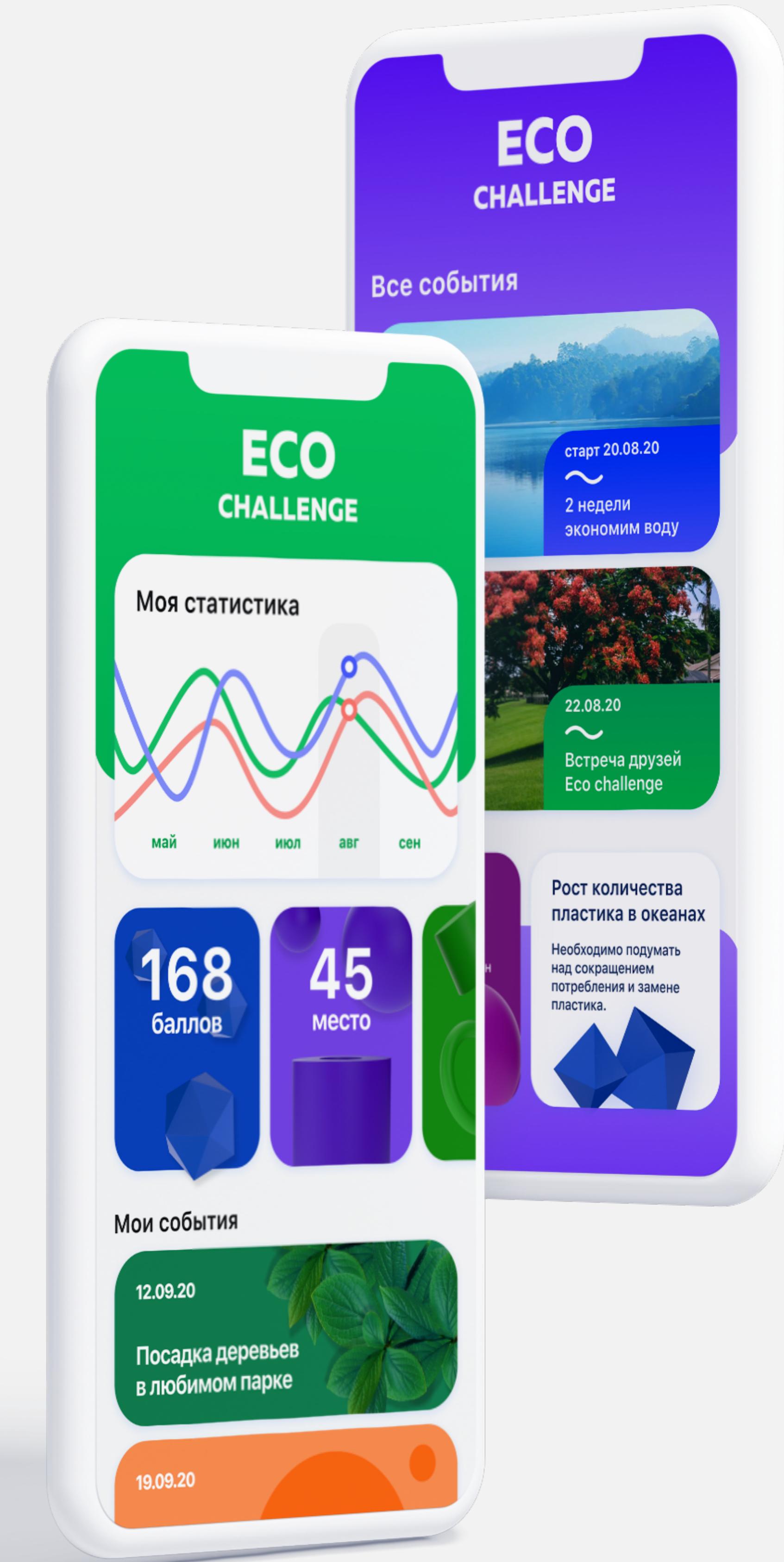
## ПРИНЦИП ДЕЙСТВИЯ ПРОДУКТА

### Вовлечение

- награда игровыми баллами
- развитие игрового персонажа по мере накопления баллов
- визуализации совместного результата действий пользователей
- копирайт, поддерживающий на каждом этапе

### Дополнительная мотивация пользователей выполнять челленджи

Озеленение и уборка территорий города, организация экологических мероприятий и образовательных проектов, развитие эко-технологий для города партнерами приложения.



## НОВИЗНА И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

### Мобильное приложение

Это эффективный и недорогой канал коммуникации с пользователем. Стоимость разработки зависит от наполненности контентом и количества интеграции.

## СТОИМОСТЬ РАЗРАБОТКИ MVP

**1,5 млн ₽**

## КЛИКОВ

**15 тыс. / на канал**

КАНАЛЫ	CPC	CR 1	N участников 1 челендж	CPA 1	CR в 2-й челендж	N повторных участников	N 1+2 челенджа	CPA участия в челендрже (1+2)
КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА → САЙТ	25 ₽	3,50%	525	714 ₽	10%	53	578	649 ₽
ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА → САЙТ	30 ₽	3%	450	1000 ₽	10%	45	495	909 ₽
СОЦСЕТИ → САЙТ	35 ₽	3%	450	1167 ₽	10%	45	495	1061 ₽
РЕКЛАМНЫЕ КАНАЛЫ → ПРИЛОЖЕНИЕ	25 ₽	7%	1050	357 ₽	35%	368	1418	265 ₽

## ВОСТРЕБОВАННОСТЬ

### Наша цель

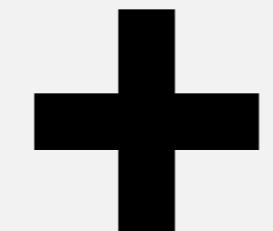
экологическая цифровая платформа с интеграцией игровых механик при участии крупных брендов и администрации города, чтобы:

- развить у людей привычку жить экологично и рассказать, как это сделать
- информировать о городских экологических проектах и акциях, стимулировать участвовать в них

### Мы разрабатывали

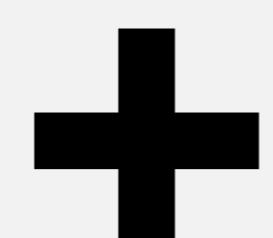
Геймификации для крупных компаний:

Альфа-Банк, 5 озер, Росбанк, Дикси, Виктория, Верный, Ригла, Живика, Calve.



### Геймификации и мобильные приложения

Высокий коэффициент вовлеченности пользователей, их возвращения. По некоторым проектам *retention* на 7 дней составлял 10-15%



Канал прямого общения со своими потребителями. В среднем, наши клиенты отправляют порядка 500 тыс. – 1 млн. рекламных пуш-уведомлений с коэффициентом открытия порядка 5-15%

### ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ

IKEA, MEGA, H&M, Вкусвилл, Кухня на районе и другие