

ГОРОДСКИЕ
ОТРАСЛЕВЫЕ
ФОРУМЫ

КОМПАНИЯ

DIGITAL LAB

СПИКЕР

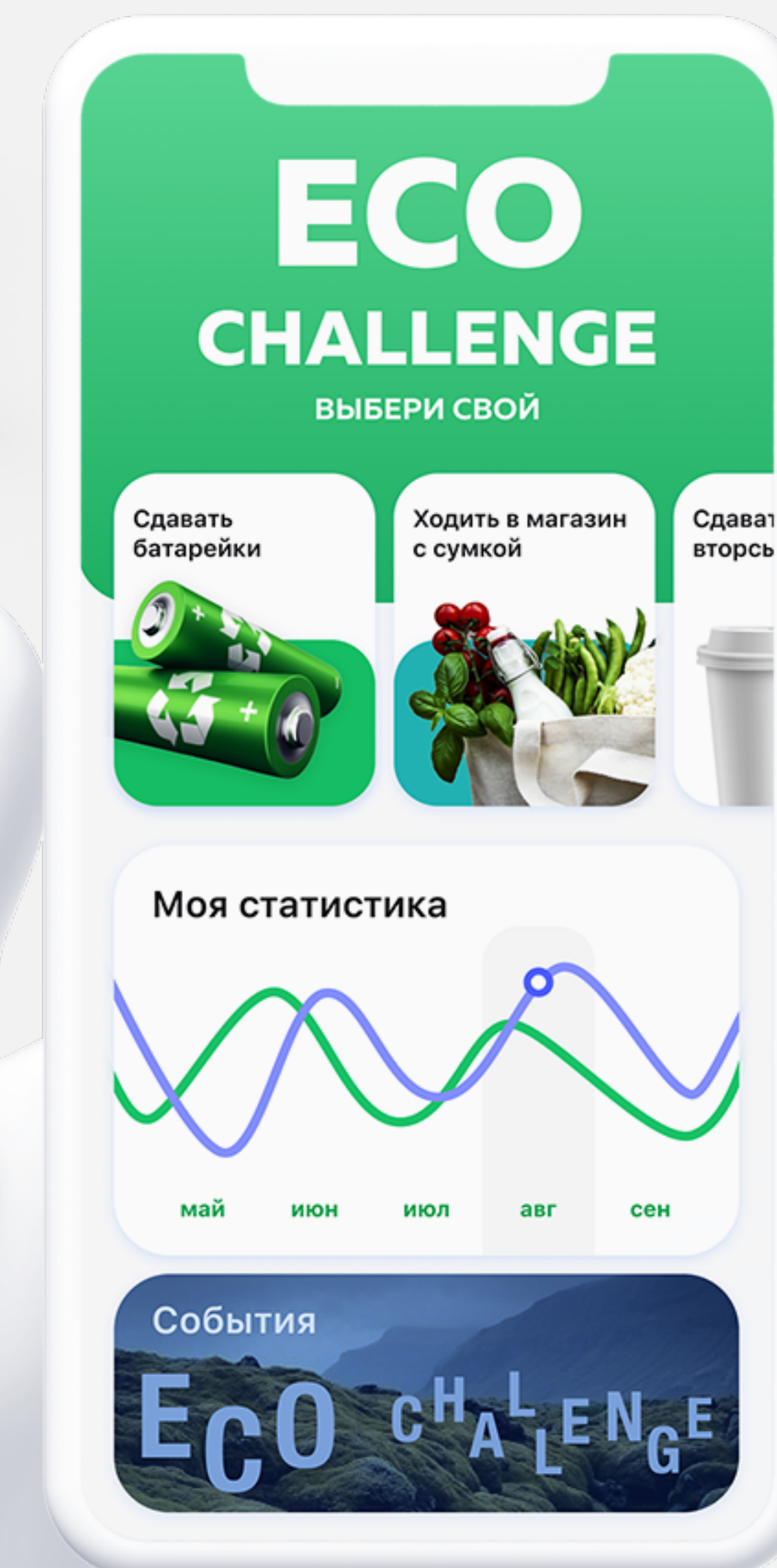
Антон Старченков

ПРОДУКТ

Приложение ECO-CHALLENGE

Игровая механика для мотивации жителей города
жить экологично

DIGITAL
LAB



DL

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

ОПЫТ ИСПОЛНЕНИЯ ГОСКОНТРАКТОВ

ПАО Сбербанк — 2018

АО Технодинамика — 2019 год

АО «Северсталь Менеджмент» — 2019

ВТБ Капитал — 2020

«Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ) — 2020

DL



ВТБ Капитал



kaspersky



Альфа Банк



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

DL

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.

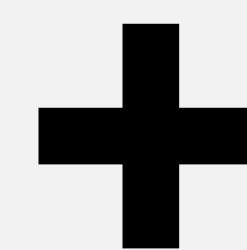
ПРОВЕРКА ДЕЙСТВИЙ

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

СТОИМОСТЬ РАЗРАБОТКИ MVP

КЛИКОВ

DL

Мобильное приложение

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

1,5 млн ₹

15 тыс. / на канал

КАНАЛЫ	CPC	CR 1	N участников 1 челенджа	CPA 1	CR в 2-й челендж	N повторных участников	N 1+2 челенджа	CPA участия в челендже (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:

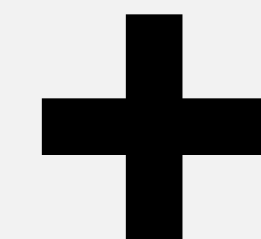
- развить у людей привычку жить экологично и рассказать, как это сделать
- информировать о городских экологических проектах и акциях, стимулировать участвовать в них

Мы разрабатывали

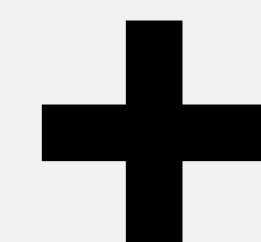
Геймификации для крупных компаний:

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

**ИКЕА, МЕГА, H&M, Вкусвилл,
Кухня на районе и другие**

DL