

«Ink Trauma»

«Когда страх рисует себя сам».

Главная тенденция: успех игры сегодня измеряется не только продажами, а в первую очередь — цифровым вниманием и социальной активностью.

Почему изменилась логика? Раньше игра была продуктом (как книга или фильм). Сегодня она — социальное пространство и повод для создания контента. Показатели, которые раньше были неофициальными (летсплеи), стали главными метриками.

НАША ИГРА ЗАТОЧЕНА ПОД СОВРЕМЕННЫЕ МЕТРИКИ: УНИКАЛЬНЫЙ СТИЛЬ, КОТОРЫЙ ХОЧЕТСЯ ПОКАЗАТЬ В СОЦСЕТЯХ, И ГЛУБОКАЯ ИСТОРИЯ, КОТОРУЮ ХОЧЕТСЯ ОБСУДИТЬ. МЫ СОЗДАЁМ НЕ ПРОСТО ПРОДУКТ, А ПОВОД ДЛЯ РАЗГОВОРА — А В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ ЭТО И ЕСТЬ ГЛАВНАЯ ВАЛЮТА».

Современная метрика успеха

Что она значит на деле (простым языком)

1. Просмотры на YouTube / Twitch

Сколько людей бесплатно рекламируют вашу игру, делая по ней видео для миллионов. Это доказательство виральности.

2. Активность в соцсетях (хэштеги, мемы)

Насколько игра стала темой для разговоров и шуток в интернете. Это создает "сарафанное радио".

3. Количество игроков и время в игре

Сколько людей регулярно заходят в ваше "цифровое пространство", а не просто купили и забыли. Это "посещаемость торгового центра".

ПРОБЛЕМА

Рынок испытывает дефицит ВИРАЛЬНЫХ игр, которые:

- Генерируют контент для соцсетей (TikTok, YouTube, Instagram).
- Цепляют молодую аудиторию (10-25 лет) простотой, но необычностью.
- Создают комьюнити вокруг атмосферы, а не только геймплея.

ВЫВОД:

Аудитория хочет простой, но атмосферный контент, который легко записывать, монтировать и делиться.

ПРИМЕРЫ УСПЕХА

Эта российская инди-игра, выполненная в простом визуальном стиле, наглядно доказала, что запрос на такой контент существует:

•Старт виральности: После участия в фестивале демо-версий в Steam игра получила более 90 000 добавлений в списки желаний за одну неделю.

•Коммерческий успех: После релиза игра продала более 100 000 копий всего за 4 дня и набрала свыше 3 300 отзывов.



<https://app2top.ru/news/analitik-no-i-m-not-a-human-sobrala-svy-she-500-ty-syach-vishlistov-v-steam-231471.html>

<https://rozetked.me/news/41642-rossiyskiy-horror-no-i-m-not-a-human-dostig-otmetki-v-100-tysyach-prodannyyh-kopiy>

РЕШЕНИЕ

Создать игру с уникальным визуальным стилем , которая:

•Генерирует контент — необычная графика цепляет взгляд, провоцирует скриншоты и видео.

•Простая для восприятия — минимум интерфейса, максимум атмосферы.

•Создаёт нарративные поводы для обсуждения — история о травме, памяти, иллюзиях.

КОНКУРЕНТЫ

Игра	Визуал	Виральность	Наша фишка
Backrooms	Фотографии, VHS-эстетика	Высокая (TikTok, YouTube)	Ручная, рисованная 3D-графика
No, I'm Not A Human	Минимализм, абстракция	Высокая (философские обсуждения)	Глубокий нарратив + визуальная метафора
Roblox-хорроры	Low-poly, примитивная графика	Очень высокая (детская/подростковая аудитория)	Художественная ценность, атмосферность
Ink Trauma	3D-стилизация под гелевую ручку	Потенциал выше (визуал + история)	Уникальный стиль + готовая история для обсуждения

РЫНОК

- ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: 10–25 ЛЕТ (АКТИВНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ КОНТЕНТА В ТИКТОК, YOUTUBE).
- ОБЪЁМ РЫНКА ВИРАЛЬНЫХ ИГР: ~500 МЛН ПРОСМОТРОВ В МЕСЯЦ ПО ХЭШТЕГАМ #HORROR GAMING #INDIE GAME.
- ТРЕНДЫ: РОСТ ЗАПРОСОВ НА «АТМОСФЕРНЫЕ ИГРЫ», «ИГРЫ КАК АРТ».

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

КАК ЗАРАБАТЫВАЕМ:

1. Прямые продажи игры (Steam, itch.io) — \$10-15.
2. Краудфандинг (Kickstarter/Planeta.ru) — предпродажа копий, сбор средств на разработку.
3. Продажа прав на экранизацию/мерч (в перспективе).

• UNIT-ЭКОНОМИКА (ПРИМЕР):

- Стоимость привлечения клиента (CAC) — \$2 (через таргет в соцсетях).
- Пожизненная ценность клиента (LTV) — \$20 (игра + возможный DLC).
- $LTV/CAC = 10$ (высокая рентабельность).

ДОРОЖНАЯ КАРТА

Январь-Май 2026

Январь — сюжет,
концепт-арты,
раскадровка
трейлера.

Февраль-Апрель —
3D-моделирование
в Blender,
анимация, рендер.

Май — монтаж
трейлера,
звуковой дизайн,
публикация.

После релиза трейлера:

- Запуск краудфандинга.
- Привлечение команды для разработки игры.
- Релиз демо-версии на Steam Next Fest.

ФИНАНСЫ: ИНВЕСТИЦИОННАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ

Параметр	Минимальные цифры	Обоснование
Стартовые затраты	200 000 рублей	·Обоснование: Лицензии ПО (Adobe) — 60 000 руб./год, таргетированная реклама и продвижение пилота — 100 000 руб., прочие/резервные расходы (хостинг, музыка) — 40 000 руб.
Прогноз выручки (год 1)	450 000 руб. (3 000 копий по \$15)	Акцент: Основная финансовая цель первого этапа — не прямая прибыль, а создание вирусного трейлера и демо-версии, которые станут ключевым активом для привлечения внимания крупного издателя или успешного запуска краудфандинга на полную версию. Срок окупаемости: 12-18 месяцев после релиза полноценной игры.
Окупаемость	В течение 12-18 месяцев после релиза	Реалистичный срок для инди-проекта, включающий период поиска издателя после создания демо-версии.
Инвестиционный запрос	250 000 руб. на 5 месяцев	На создание продающего пилотного трейлера (60-90 сек) и игрового демо на 10-15 минут в качестве ключевого актива.

ИНВЕСТИЦИОННОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ: ПУТЬ К УСПЕХУ

НАШЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

→ ИНВЕСТИЦИИ

Привлечение **500 тыс. руб.** на 6-месячный период для разработки демо-версии и обеспечения успеха проекта.

→ ДОЛЯ/РОЯЛТИ

Мы предлагаем **15% долю** в проекте, либо **20% роялти** от первых продаж, обеспечивая гибкость для инвесторов.

→ СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА

Потенциальные стратегии выхода включают продажу прав крупному издателю или масштабирование проекта в прибыльную серию игр.

ПОТЕНЦИАЛ ВОЗВРАТА

1

КРАУДФАНДИНГ

При успешной краудфандинговой кампании возврат инвестиций ожидается в течение **4 месяцев**.

2

ВЫХОД НА STEAM

Выход на платформу Steam прогнозирует впечатляющий **ROI до 300%** в первый год после релиза.

ПРАВОВАЯ ОХРАНА: ЗАЩИТА ВАШИХ ИНВЕСТИЦИЙ

Мы тщательно охраняем интеллектуальную собственность проекта, обеспечивая надежную правовую основу для всех аспектов «Ink Trauma».

АВТОРСКИЕ ПРАВА

Полная защита авторских прав на уникальный концепт, захватывающий сюжет, и отличительный визуальный стиль игры.

ТОРГОВАЯ МАРКА

Активная регистрация торговой марки «Ink Trauma» для эксклюзивного использования и предотвращения несанкционированного копирования.

ЛИЦЕНЗИРОВАНИЕ АУДИО

Приобретение лицензий CC BY для музыки и звуковых эффектов, или привлечение профессионального композитора для создания уникального звукового ландшафта.

КОМАНДА: ДВИЖУЩАЯ СИЛА «INK TRAUMA»

ЛЬЮНГ ТХИ ТХУ ХА

Основной автор, геймдизайнер и ведущий 3D-художник проекта. Несу ответственность за создание уникального мира и игровой механики «Ink Trauma».

ОПЫТ

Создание множества визуальных концептов, подтверждающий творческие и технические навыки.

ПЛАН РАСШИРЕНИЯ

После привлечения инвестиций, мы планируем расширить команду, наняв опытного программиста, талантливого звукорежиссёра и эффективного маркетолога для ускорения разработки и продвижения.

СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ: ОТКРОЙТЕ БУДУЩЕЕ ИГР

Мы готовы ответить на все ваши вопросы и обсудить потенциальное сотрудничество.
Ваши инвестиции помогут воплотить «Ink Trauma» в жизнь.

EMAIL

luoyi3900@gmail.com

TELEGRAM

@Hongkotii

ПОРТФОЛИО

<https://www.behance.net/luoyi10>

