

WARPOINT

Готовый бизнес по франшизе от крупнейшей в
Европе сети парков виртуальной реальности

VR-РЫНОК —

**ЭТО ВЫГОДНАЯ СФЕРА
ДЛЯ РАЗВИТИЯ
БИЗНЕСА**

46 МЛРД \$

2020 год

1,5 ТРЛН \$

2030 год

По анализу аналитиков PwC в 2020 году индустрия виртуальной реальности составляла порядка 46 млрд \$, а к 2030 году она вырастет в 30 раз и достигнет 1,5 трлн \$

МЕЖДУНАРОДНАЯ **СЕТЬ ПАРКОВ** ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Сегодня под брендом WARPOINT работают более 250 VR-парков в 14 странах мира.

Для наших парков мы разрабатываем собственные многопользовательские VR-игры со свободным перемещением, которые подходят для детей и взрослых

Наша визитная карточка — игра собственной разработки WARPOINT ARENA. Это PvP-шутер, где участники делятся на две команды и сражаются между собой.

Свою филиальную сеть наша компания развивает путем открытия собственных VR-парков + активно масштабируется по модели франчайзинга, находя новых партнеров в разных уголках мира.

Компания WARPOINT является лидером в сфере LBE-VR в России: в наших парках представлены самые актуальные и современные технологии, которые только доступны на рынке VR-развлечений

Все для того, чтобы наши клиенты могли попробовать всё самое интересное, что только есть в увлекательном мире виртуальной реальности.

КОМПАНИЯ **В ЦИФРАХ**

250

открыто локаций

35

локаций в процессе открытия

1,63 МЛРД РУБ.

оборот сети за 2023 год
План на 2024 год: 2,6 млрд. руб.

32

партнера открыли
две и более локации

260 000+

игроков в месяц

9,7 из 10

NPS наших игроков

НАША ГЕОГРАФИЯ

Сегодня под брендом WARPOINT работают более 250 VR-парков в 14 странах мира.

1. Азербайджан
2. Армения
3. Беларусь
4. Германия
5. Испания
6. Казахстан
7. Киргизия
8. Коста-Рика
9. ОАЭ
10. Оман
11. Россия
12. США
13. Турция
14. Узбекистан



WARPOINT В ТОПЕ ЛУЧШИХ ФРАНШИЗ РОССИИ 2024

TopFranchise.ru составил рейтинг лучших франшиз России 2024 года, в котором WARPOINT занял 3 место в категории "Развлечения и досуг"!



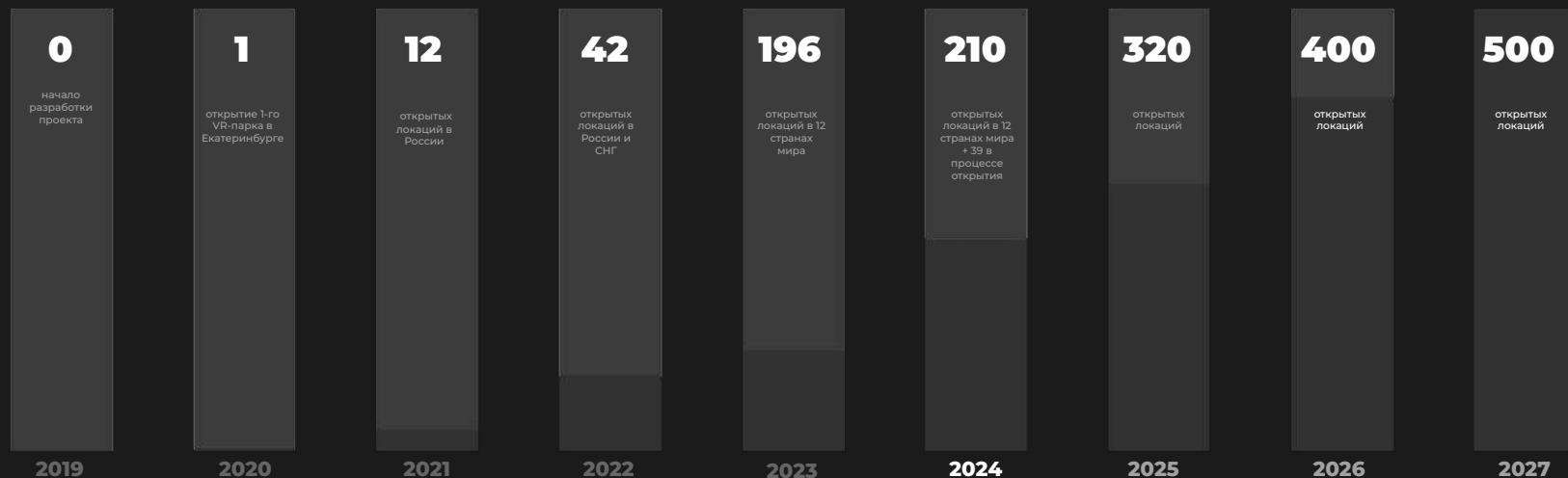
TopFranchise.ru
ЛУЧШИЕ ФРАНШИЗЫ РОССИИ

Место	Франшиза
#1	 
#2	 
#3	 WARPOINT ARENA   С уверенным развитием Развлечения и досуг
#4	 
#5	 

W

ЦЕЛЬ ДО 2027 ГОДА

ОТКРЫТЬ 500 VR-ПАРКОВ WARPOINT



БИЗНЕС НА ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ



от 200 до 1 000 м²

необходимая площадь для открытия

от 2 месяцев

срок открытия локации

от 3,5 млн. руб.

инвестиции на открытие

11 месяцев

средний срок окупаемости

7%

роялти с дохода

ВИРТУАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ



Смотреть видео

БИЗНЕС ИДЕЯ

В КОМПЬЮТЕРНОЙ ИГРЕ ВЫ ИГРАЕТЕ ЗА ГЕРОЯ, А В WARPOINT – ВЫ И ЕСТЬ ГЕРОЙ!



**ОДИНОЧНЫЕ И КОМАНДНЫЕ
VR-ИГРЫ** ОТ 2 ДО 10 ЧЕЛОВЕК



ПРОВЕДЕНИЕ МЕРОПРИЯТИЙ
ДНИ РОЖДЕНИЯ И КОРПОРАТИВЫ



VR НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ
ПОЛНАЯ СВОБОДА ПЕРЕМЕЩЕНИЯ



КОМФОРТНАЯ ЛАУНЖ-ЗОНА
ВМЕЩАЕТ ДО 30 ЧЕЛОВЕК



ЛУЧШЕЕ ОБОРУДОВАНИЕ
НИКАКИХ ПРОВОДОВ И РЮКЗАКОВ



ДЛЯ ДЕТЕЙ И ВЗРОСЛЫХ
БОЛЬШОЙ ВЫБОР ИГР И АТТРАКЦИОНОВ

КАК ВЫГЛЯДЯТ НАШИ ЛОКАЦИИ



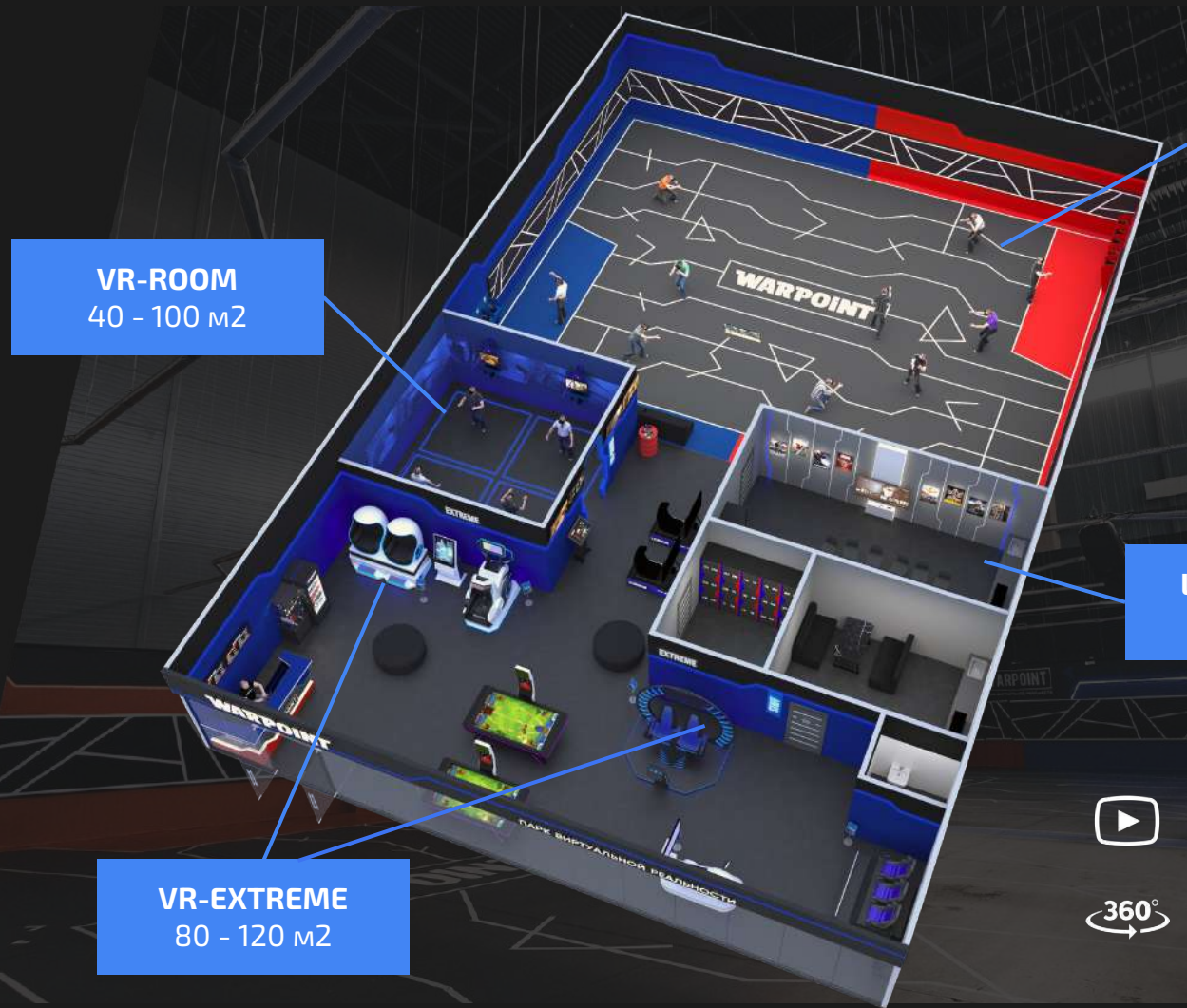
КАК ВЫГЛЯДЯТ НАШИ ЛОКАЦИИ





ОБЗОР VR-ПАРКА

WARPOINT, Г. МОСКВА



VR-ROOM
40 - 100 м2

VR-ARENA
300 - 500 м2

LOUNGE ZONE
40 - 80 м2

VR-EXTREME
80 - 120 м2



Видеообзор локации



3D-тур по локации

ИГРОВЫЕ ЗОНЫ В НАШИХ ПАРКАХ



VR-ARENA

Командные сражения в виртуальном мире, где все участники видят персонажей друг друга и могут свободно перемещаться и взаимодействовать между собой. Современная альтернатива пейнтболу и лазертагу в VR-формате

Площадь: **300 - 500 м2**

Кол-во игроков: **от 2 до 10 чел.**

ИГРОВЫЕ ЗОНЫ В НАШИХ ПАРКАХ



VR-ROOM

VR-комната, где можно играть одному или компанией до 4-х человек. Более 100 популярных VR-игр разных жанров от сторонних разработчиков: спортивные, фэнтези, шутеры, квесты и т. д.

Площадь: **40 - 100 м2**

Кол-во игроков: **от 1 до 4 чел.**

ИГРОВЫЕ ЗОНЫ В НАШИХ ПАРКАХ



VR-EXTREME

Динамические VR-аттракционы, где вы сможете прочувствовать все виражи и резкие манёвры. Американские горки, гигантские качели и многое другое

Площадь: **80 - 120 м2**

ИГРОВЫЕ ЗОНЫ *В НАШИХ ПАРКАХ*



Комфортное пространство для мероприятий. Здесь можно отметить любой праздник и весело провести время с друзьями играя в приставку, ожидая своего выхода на арену

Площадь: **40 - 80 м2**

РАЗРАБОТАЛИ *СОБСТВЕННЫЕ ИГРЫ,* КОТОРЫЕ ЕСТЬ ТОЛЬКО В НАШЕЙ СЕТИ

WARPOINT ARENA

Командно-тактический шутер, в который одновременно могут играть от 2 до 10 человек. Современный аналог лазертага и пейнтбола только в формате виртуальной реальности.

Сражения проходят на большой площадке, по которой участники могут свободно перемещаться, а в виртуальном мире все игроки видят персонажей друг друга и могут взаимодействовать между собой.

Основная задача: победить команду соперников

- 3 игровых режимы
- 20 разнообразных карт
- 32 вида оружия



КАКИЕ СУЩЕСТВУЮТ **ФОРМАТЫ?**

WARPOINT ARENA

Необходимая площадь: от 300 до 600 м²

Игровые зоны: VR-ARENA (5×5),
Лаунж-зона

Паушальный взнос: **от 1 690 000 Р**

Инвестиции: **от 4 200 000 Р**

Роялти от выручки: 7%

Окупаемость: от 7 месяцев



WARPOINT PARK

Необходимая площадь: от 500 до 1 000 м²

Игровые зоны: VR-ARENA, VR-ROOM,
VR-EXTREME, Лаунж-зона

Паушальный взнос: **от 2 190 000 Р**

Инвестиции: **от 8 000 000 Р**

Роялти от выручки: 7%

Окупаемость: от 12 месяцев



КАКИЕ СУЩЕСТВУЮТ **ФОРМАТЫ?**

WARPOINT MINI

Необходимая площадь: от 200 до 300 м²

Игровые зоны: VR-ARENA (3×3), Лаунж-зона

Паушальный взнос: **от 1 290 000 Р**

Инвестиции: **от 3 500 000 Р**

Роялти от выручки: 7%

Окупаемость: от 6 месяцев



WARPOINT OUTDOOR

Необходимая площадь: от 100 до 200 м²

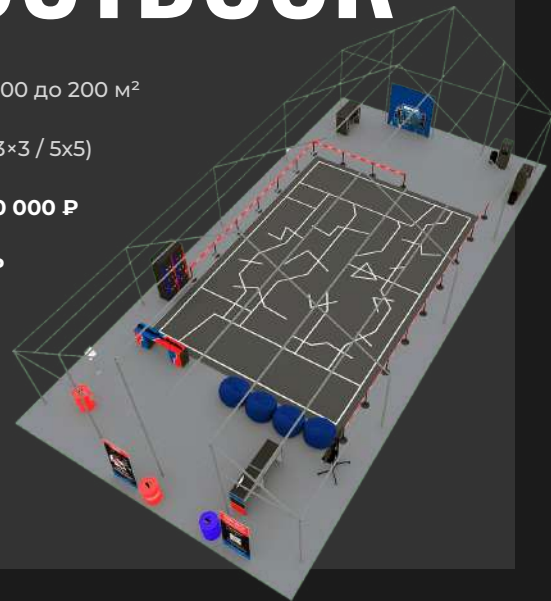
Игровые зоны: VR-ARENA (3×3 / 5×5)

Паушальный взнос: **от 1 690 000 Р**

Инвестиции: **от 3 500 000 Р**

Роялти от выручки: 7%

Окупаемость: от 6 месяцев



ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ФРАНЧАЙЗИ

Данные по выручке
за январь 2024 год



Ростов-на-Дону

Проспект Шолохова 22

Выручка: 5 305 162 руб.

Прибыль: 2 900 000 руб.

Рентабельность: 54,66%



Казань

Ул. Николая Ершова 1а

Выручка: 3 623 892 руб.

Прибыль: 1 611 884 руб.

Рентабельность: 44,48%



Набережные Челны

Выручка: 3 906 399 руб.

Прибыль: 1 502 363 руб.

Рентабельность: 38,46%



Иркутск

Выручка: 3 018 790 руб.

Прибыль: 1 615 125 руб.

Рентабельность: 53,50%



Пенза

Пр. Победы 144

Выручка: 1 891 178 руб.

Прибыль: 752 735 руб.

Рентабельность: 39,80%



Уфа

Ул. Свердлова 90

Выручка: 1 755 695 руб.

Прибыль: 739 143 руб.

Рентабельность: 42,10%



Тюмень

Выручка: 3 979 030 руб.

Прибыль: 2 048 000 руб.

Рентабельность: 51,47%



Мурманск

Проспект Ленина, 32

Выручка: 1 578 919 руб.

Прибыль: 681 347 руб.

Рентабельность: 43,15%

ФИНАНСОВЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ НАШИХ ЛОКАЦИЙ

Данные по выручке
за январь 2024 год



Екатеринбург

ТРЦ «Veer Mall»

Выручка: 4 586 181 руб.

Прибыль: 2 041 546 руб.

Рентабельность: 44,5%



Екатеринбург

ТРЦ «Радуга Парк»

Выручка: 4 025 171 руб.

Прибыль: 1 107 244 руб.

Рентабельность: 27,5%



Екатеринбург

ТРЦ «Алатырь»

Выручка: 2 553 871 руб.

Прибыль: 1 228 036 руб.

Рентабельность: 48%



Екатеринбург

ТРЦ «Карнавал»

Выручка: 1 297 000 руб.

Прибыль: 540 931 руб.

Рентабельность: 41,7%



Москва

ТРЦ «Авиапарк»

Выручка: 9 391 296 руб.

Прибыль: 3 886 317 руб.

Рентабельность: 41,4%



Москва

м. Савеловская

Выручка: 3 005 048 руб.

Прибыль: 985 639 руб.

Рентабельность: 32,8%

НА ЧЕМ ЗАРАБАТЫВАЕТ СОВРЕМЕННЫЙ VR-КЛУБ?

В WARPOINT мы зарабатываем не только на играх.

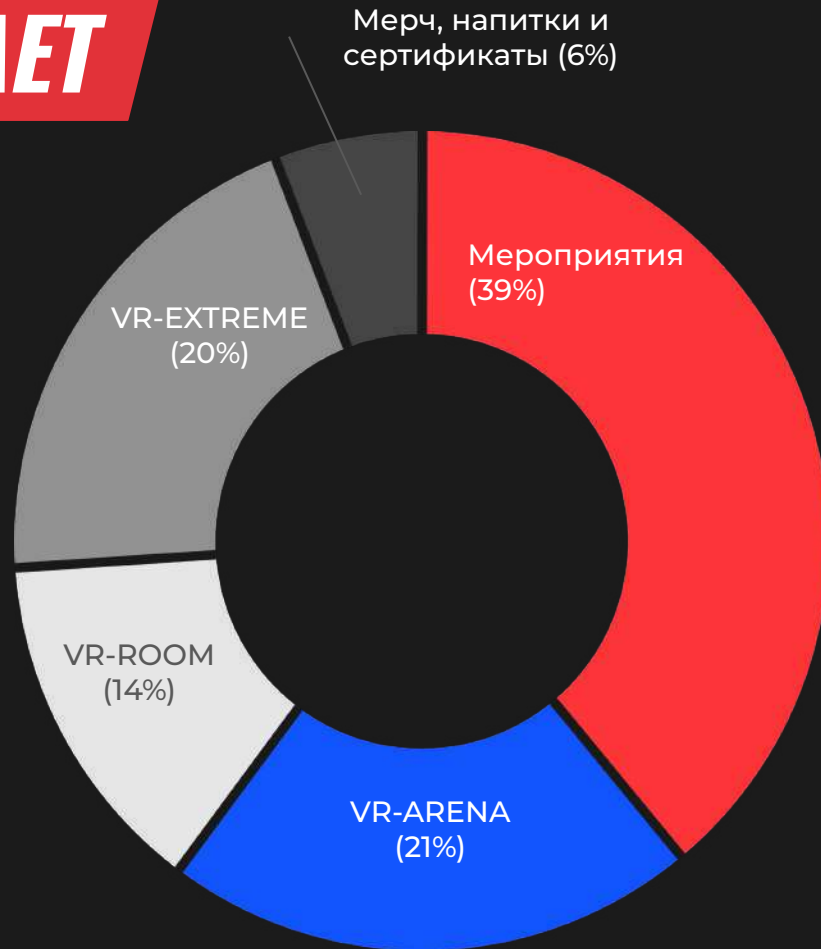
Весомую часть дохода приносит продажа мероприятий – **до 70% у арен и до 40% у парков**. Одни из самых популярных мероприятий – это дни рождения, корпоративы, тимбилдинги и школьные выпускные.

Основные особенности работы на рынке мероприятий:

У продажи мероприятий в VR-клубах есть три весомых плюса:

- Высокий средний чек;
- Стабильный спрос;
- Возможность дополнительных продаж;

Например при продаже мероприятий, можно дополнительно предлагать услуги подрядчиков, оформление локации, кейтеринг и не только.



ЧТО ВХОДИТ ВО ФРАНШИЗУ WARPOINT?



01

Персональный менеджер
и команду специалистов

02

Помощь с подбором
и анализом помещения

03

Корпоративные знания,
опыт, регламенты
и скрипты

04

Online-академия,
обучение и аттестация
персонала

05

Сайт, система
бронирования и CRM

06

Брендбук
и фирменный стиль

07

Необходимые
инструменты для
локального маркетинга

08

Всё необходимое
и готовое к работе
оборудование

09

Система контроля
качества

10

Техническая поддержка
24/7

ПРЕИМУЩЕСТВА ФРАНШИЗЫ WARPOINT



Лидер рынка

Самая быстрорастущая
компания в Европе
в сфере LBE-VR



Успешная бизнес-модель

Проверенная цифрами
и масштабируемая бизнес-
модель



Online- академия

База знаний с готовыми
инструкциями, видеоуроками
и полезными инструментами



Федеральный маркетинг

Партнёрство со звёздами
и блогерами, федеральные
акции и розыгрыши



Подключение к CRM-системе

Удобный контроль
всех показателей
вашего бизнеса



Федеральные турниры

Проведение турниров по игре
WARPOINT ARENA с призовым
фондом до 1,5 млн Р



Фирменный мерч

Дополнительные продукты
продаж для фанатов бренда



Продакшн и контент

Всегда будете
снабжены сочным
контентом для медиа

ПЛАН ЗАПУСКА БИЗНЕСА

01

Знакомство с потенциальным партнером, проведение онлайн-интервью

02

Подписание договора и оплата

03

Поиск и утверждение подходящего помещения

04

Предоставление доступа к базе знаний

05

Разработка дизайн-проекта

06

Строительно-монтажные работы

07

Поиск и обучение персонала

08

Подготовка и настройка оборудования

09

Доставка оборудования и обучение персонала

10

Запуск рекламной кампании

11

Техническое открытие

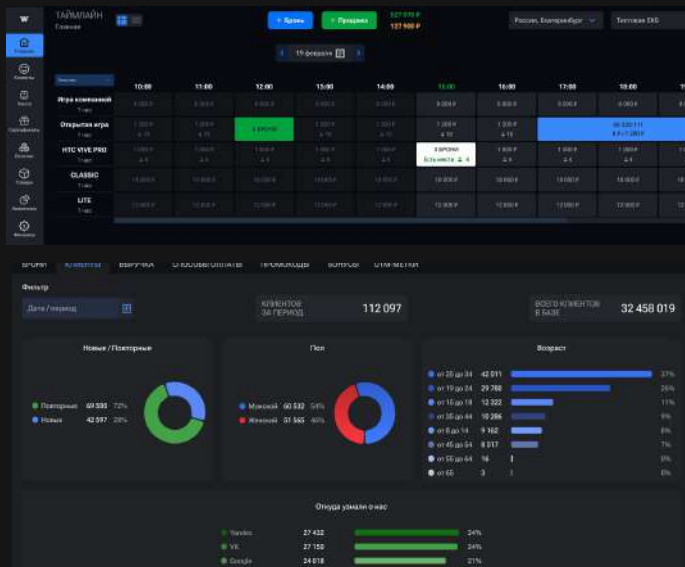
12

Торжественное открытие!

НЕ ПРОСТО ИГРА, А ЭКОСИСТЕМА СЕРВИСОВ

СОБСТВЕННАЯ ERP-СИСТЕМА

позволяет централизованно собирать, анализировать и контролировать все ключевые метрики франшизной сети в рамках "одного окна"



СИСТЕМА БРОНИРОВАНИЯ

удобная система запись на игру или мероприятие



МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ

новости, спецпредложения и личный кабинет игрока + маркетплейс по продаже игрового контента (в разработке)



БЛОГЕРЫ ИГРАЮТ В WARPOINT



WYLSACOM (10,3 млн подписчиков)



Bulkin (4,38 млн подписчиков)



WARPATh (4,44 млн подписчиков)



Дюшес (738 тыс. подписчиков)



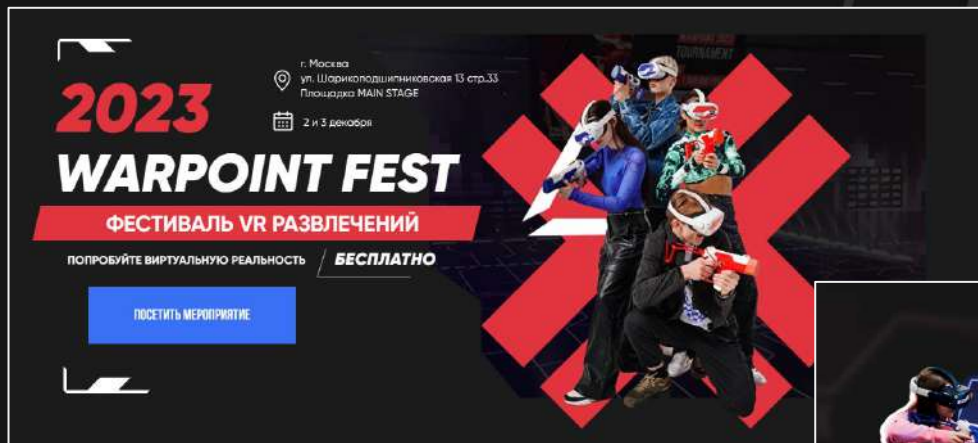
Разборщик (939 тыс. подписчиков)



Гранатка (642 тыс. подписчиков)

ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ПРОДУКТА

ПРОВЕДЕНИЕ РЕГУЛЯРНЫХ ТУРНИРОВ И ФЕСТИВАЛЕЙ



2023
WARPOINT FEST
ФЕСТИВАЛЬ VR РАЗВЛЕЧЕНИЙ

ПОПРОБУЙТЕ ВИРТУАЛЬНУЮ РЕАЛЬНОСТЬ **БЕСПЛАТНО**

[ПОСЕТИТЬ МЕРОПРИЯТИЕ](#)

г. Москва
ул. Шарикоподшипниковская 13 стр.33
Площадка MAIN STAGE
2 и 3 декабря

VR TOURNAMENT

ФОРМИРОВАНИЕ КОМЬЮНИТИ И СОРЕВНОВАТЕЛЬНОЙ
СОСТАВЛЯЮЩЕЙ



ПОСМОТРИТЕ ИНТЕРВЬЮ С НАШИМИ ДЕЙСТВУЮЩИМИ ФРАНЧАЙЗИ



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

МАМЫ

Описание: мамы с детьми от 8 до 14 лет, которые беспокоятся за досуг своего ребенка. Часто водят своих детей на кружки и воспитывают детей по методу "вознаграждения" – таких мам крайне много. Информацию предпочитают получать через интернет, преимущественно через смартфон или планшет. Состоят в "мамских" группах (с цитатами великих мам и методами воспитания), а также иногда сидят на форумах. Читают литературу о воспитании детей и психологии.

Принятие решения: найти тот формат проведения досуга ребенка, которым можно удивить, хотят провести незабываемое мероприятие, "Все для ребенка".

Драйверы: удивить ребенка и его друзей, оставаться на "одной волне" со своим ребенком, особенность мероприятия/нестандартный праздник, комплексный подход.

Барьеры: негативное воздействие на психику ребенка, травмоопасность, высокая стоимость игры для группы детей.

Точки контакта: социальные сети, выдача сайта в поисковом запросе.



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

МУЖЧИНЫ, 30+

Описание: взрослые мужчины от 30 лет, как правило, имеют собственную семью и детей (в круге общения недостаточно взрослых, чтобы было проводить с ними интересный совместный досуг). Любят проводить свободное время со своими друзьями: страйкбол, походы в рестораны, аренда водных средств передвижения, активный спорт в зависимости от времени года и т.д. Стремятся к инновациям.

Принятие решения: найти аналог надоевшим форматам встреч с друзьями.

Драйверы: желание провести досуг в необычном формате, удивить своих друзей, стремление соответствовать трендам/желание оставаться молодым, желание посоревноваться с друзьями.

Барьеры: невозможность собрать команду, непонятная механика.

Точки контакта: сообщения от друзей, рекламные баннеры (онлайн и офлайн), социальные сети друзей и знакомых, блогеры на YouTube.



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

ГЕЙМЕРЫ

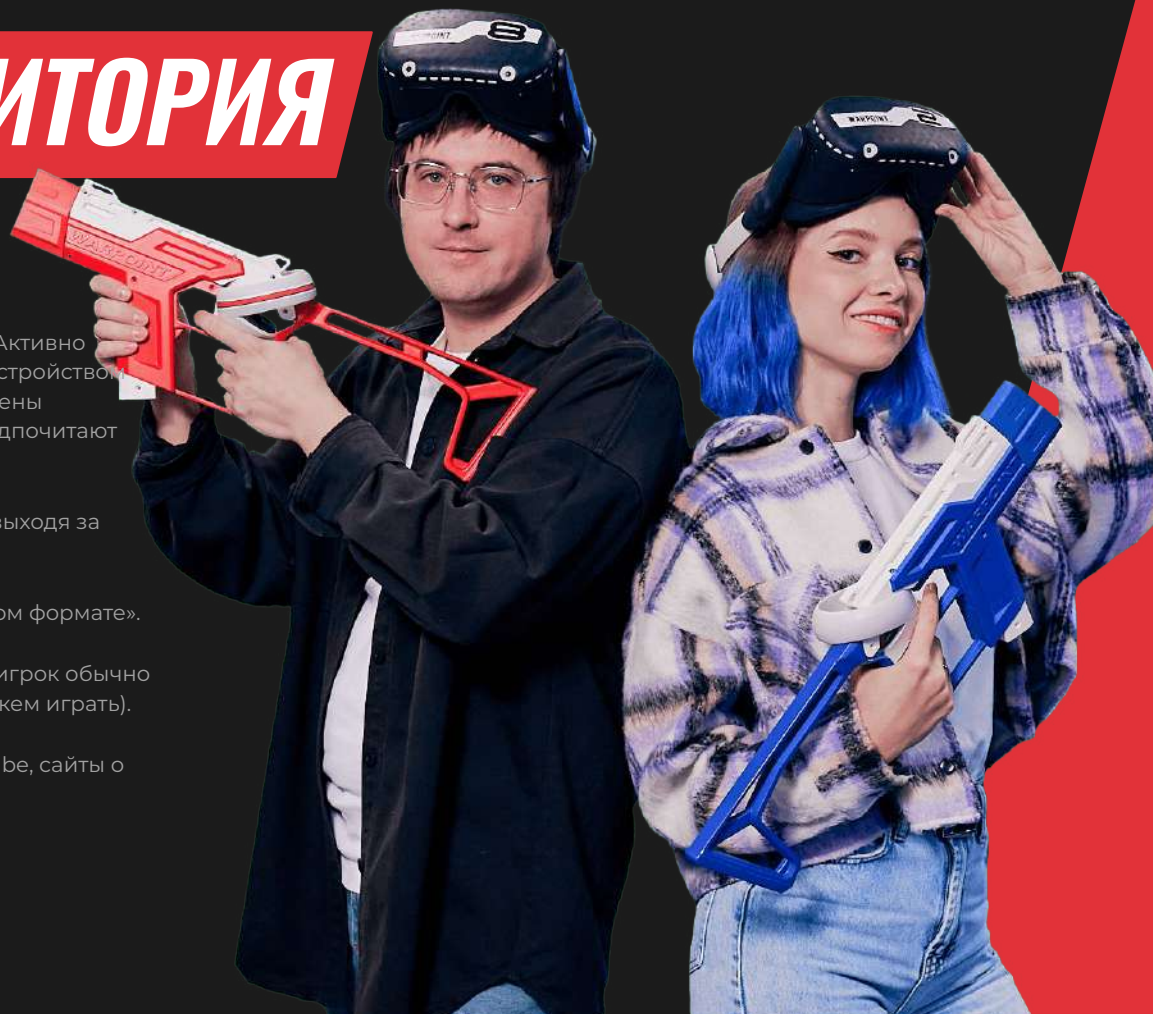
Описание: преимущественно мужчины в возрасте от 20 лет. Активно посещают игровые клубы, либо обладают мощным десктоп-устройством дома – вторую группу гораздо сложнее заставить покинуть стены собственного дома. Помимо игр в качестве развлечений предпочитают просмотр стримов (TWITCH и YouTube).

Принятие решения: желание разнообразить свой досуг, не выходя за рамки привычного.

Драйверы: «Похоже на то, чем я занимаюсь обычно, но в новом формате».

Барьеры: физическая активность в игре, команда, с которой игрок обычно играет, географически расположена в разных регионах (не с кем играть).

Точки контакта: социальные сети, стримы на TWITCH и YouTube, сайты о киберспорте, блогеры.



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

ДЕТИ

Описание: дети в возрасте от 8 до 17 лет, которых мы можем разделить на условные подгруппы: от 8 до 11 лет, от 12 до 14 лет – лица, влияющие на принятие решения, и социально активные молодые люди от 15 до 17 лет, принимающие самостоятельное решение о проведении собственного досуга. Последняя группа, как правило, сама распоряжается личными средствами, полученными от родителей. Любят не банальные развлечения: походы в кафе, кино, современные выставки, концерты и тусовки. Основными мотивами потребления, в виду важности самоидентификации и дуальности “свой-чужой”, являются социальное одобрение и престиж.

Принятие решения: поиск новых интересных форматов развлечений и досуга.

Драйверы: желание провести досуг с друзьями, проведение необычного дня рождения, чувство причастности к коллективу и обозначение социального статуса.

Барьеры: высокая стоимость.

Точки контакта: социальные сети, блогеры (Instagram / YouTube), друзья.



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

АКТИВНЫЕ МОЛОДЫЕ ЛЮДИ

Описание: молодые люди в возрасте от 25 до 35 лет, ведут активный образ жизни не только в физическом, но и в социальном плане. Как правило, эти люди стремятся к тому, чтобы проводить свой досуг в кругу друзей или близких: посещать рестораны, квесты, квизы и другие активности. Редко проводят выходные дома, находятся в постоянном поиске новых приключений. Часто состоят в групповых чатах.

Принятие решения: постоянно ищут новые варианты досуга с друзьями.

Драйверы: поиск новых решений для встречи с друзьями, желание удовлетворить собственные эмоциональные потребности: социальное одобрение, причастность к коллективу, возможность проявить лидерские качества и возможность показать себя.

Барьеры: получить отказ от потенциальной команды/друзей, высокая стоимость.

Точки контакта: поисковый запрос, агрегаторы “Куда сходить” на местном и федеральном уровнях, социальные сети, в т.ч. и блогеры, аккаунты друзей.



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

HR И РУКОВОДИТЕЛИ

Описание: как правило, HR – это представительница женского пола в возрасте от 25 до 35 лет, любит активно проводить собственный досуг: сноуборд, туризм, фитнес. HR-специалист является не заказчиком услуги, а исполнителем. Заказчик услуги – руководитель HR департамента, либо руководитель компании. Помимо HR, корпоратив могут заказывать такие лица, как: бизнес-ассистенты/помощники руководителей, руководители отделов и event-менеджеры.

Принятие решения: корпоратив в WARPOINT должен решить базовые HR задачи: сотрудники будут общаться/знакомиться друг с другом, снимут напряжение, коллектив станет более сплоченным и часто заказывают корпоративы ситуативно (Новый Год и иные государственные праздники)

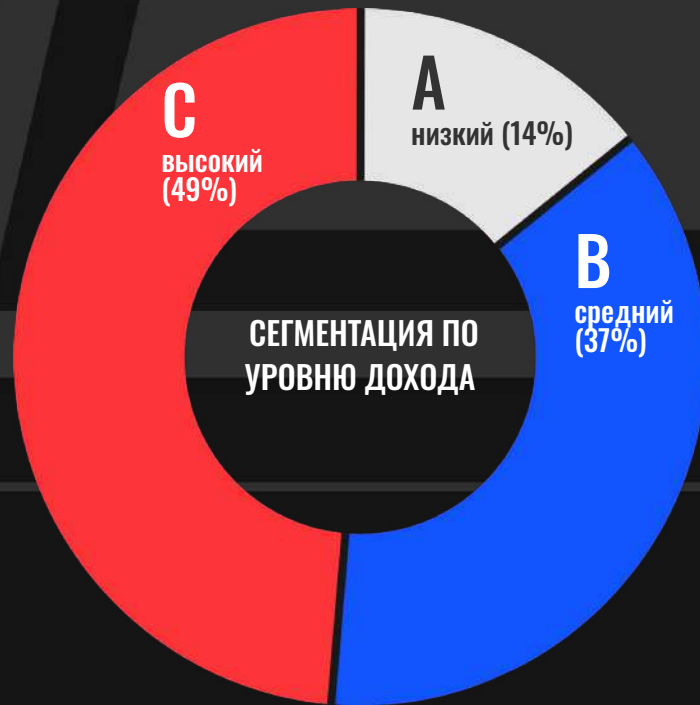
Драйверы: “ей сказали так сделать”, можно организовать мероприятие быстро и под ключ, при возможности адаптироваться под коллектив, мероприятие подходит для людей с разными интересами.

Барьеры: при пересчете в стоимость на одного человека выходит достаточно дорого, ограничение по количеству участников, сотруднику HR персонально не понравится игра, не успеют организовать мероприятие на достойном уровне, нет нужной даты.

Точки контакта: поисковый запрос, советы от коллег в среде HR, опрос среди сотрудников, социальные сети (telegram и instagram), HR сами знают, что необходимо делать, ориентируются на собственный опыт.



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ НАШИХ ПАРКОВ



ЕСТЬ ЛИ **СЕЗОННОСТЬ** У КЛУБОВ ВИРТУАЛЬНОЙ РЕАЛЬНОСТИ?

ВЫСОКИЙ СЕЗОН

Максимальная загрузка VR-парка приходится на несколько месяцев:

- **Декабрь** – проведение корпоративов, детские новогодние праздники.
- **Январь** – длинные новогодние каникулы.
- **Февраль и март** – гендерные праздники, проведение корпоративов, продажа подарочных сертификатов.
- **Май** – длинные майские праздники, школьные выпускные.

НЕСЕЗОН

Несезон в VR-парке не такой уж большой – около двух месяцев в году.

- **Июнь и Июль** – в это время начинается сезон отпусков, трафик в ТРЦ падает, люди стараются больше времени проводить на природе, дети уезжают в детские лагеря.

РАБОТА В НЕСЕЗОН

В период пониженного спроса важно вводить дополненные акции и активности, например, можно провести турнир или розыгрыш призов.

Также можно договориться с детскими городскими лагерями и секциями, чтобы они приводили группы детей в VR-клуб. В таких группах гостей, как правило, сразу много детей – от 10 до 30.

Кстати, они могут ходить к вам на постоянной основе, и вы сможете закрыть утреннее неликвидное время.

ОТЗЫВЫ КЛИЕНТОВ



Александр Мукин
Знаток города 11 уровня

★★★★★ 28 ноября 2021 г.
Отмечали День рождения сына, 10 лет.
Огромное спасибо парням за организацию и потрясающие эмоции как у детей так и взрослых.
Арена бомба.
Оборудование в порядке.
Администраторы 🔥🔥🔥
Эмоции не передаваемые.



Николай М.
Знаток города 2 уровня

★★★★★ 9 июня 2021
Были 5.06 семей на арене. Получили просто наивысшие-лучшие эмоции.

Такой вид игр ещё ни раз не пробовали. Просто космос.

Было несколько карт, и очень большой выбор чем пострелять 😊

Нам было очень весело и мы очень хорошо провели время

Мы столько бегали, прыгали и веселились, что вышли все мокрые, но зато довольные

Очень добрый, отзывчивый персонал. Все хорошо рассказали и объяснили все правила игры. Поэтому было все легко понять.

Большое спасибо вам, за то что в Екатеринбурге появилось такое направление. Будем появляться у вас все чаще и чаще 😊 Скрыть



Алина Энс
Знаток города 6 уровня

★★★★★ 2 дек 2021
Супер! Водила в первый раз ребенка. Неожидала, что и взрослые играют, было 2 команды по 5 человек. Играли час, 3 игры. Очки, в руках пульты. Все настроили минут за 10. У ребенка впечатлений масса. Я всю игру видела на мониторе (то что видит в очках ребенок). Придем еще, часто не походишь, дороговато, но это того стоит! Зато не приесться



Надежда К.
Знаток города 6 уровня

★★★★★ 18 сен 2021
Отличное место)) с огромным удовольствием играли с друзьями, была тут первый раз в жизни) персонал внимательный, всё настраивают индивидуально и подробно объясняют) из важных уточнений:
1. если у вас плохое зрение - обязательно надевайте линзы.
2. Девушки, не надевайте платье/короткую юбку - в азарте захочется встать на колени или наклониться в укрытии - будет не очень удобно) тем более, что вас будут дополнительно фотографировать и снимать на видео) и не делайте боевой макияж на глаза - под маской всё растекается)))
3. Очень жарко! Лучше быть действительно легко одетым. Скрыть



32%

игроков возвращаются
NPS 9.3 из 10



УЗНАЙТЕ, ЧТО ДУМАЮТ О WARPOINT, НАШИ ГОСТИ



НОВЫЕ ИСТОЧНИКИ ДОХОДА:

РЕКЛАМА ВНУТРИ ИГРЫ

WARPOINT ARENA открывает двери к выгодным B2B возможностям через внутриигровую рекламу.

Интегрируйте свой бренд в игру WARPOINT ARENA и получите доступ к увлеченной аудитории, открывая новые горизонты для увеличения доходов.

COMING SOON



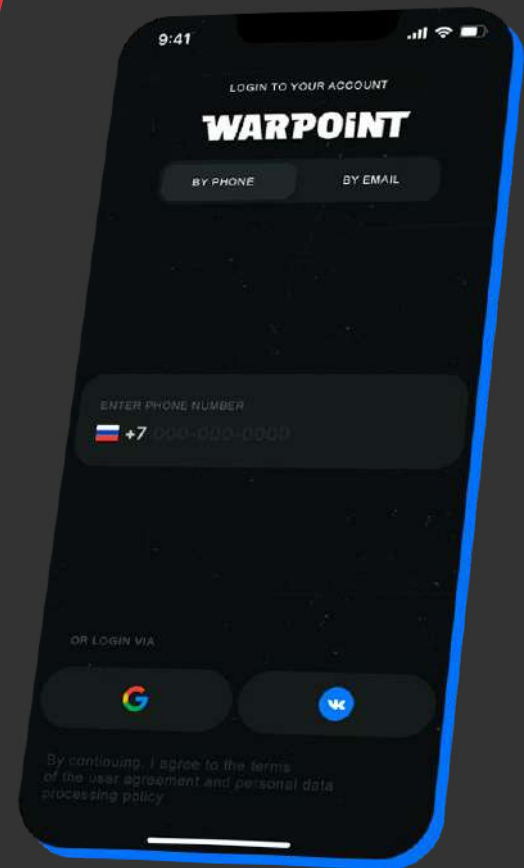
СДЕЛАЙ СРАЖЕНИЕ УНИКАЛЬНЫМ:

THE WARPOINT STORE

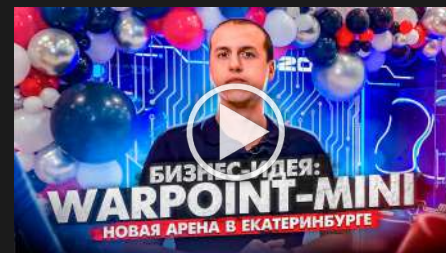
Игроки WARPOINT ARENA могут вывести свой игровой опыт на новый уровень с помощью эксклюзивных персонализированных предметов, доступных в их личных кабинетах в мобильном приложении.

Настройте свое присутствие на поле боя с уникальными обликами персонажей, дизайнами оружия и игровыми преимуществами, повышая качество игрового процесса и увеличивая время вовлеченности игроков.

COMING SOON



БОЛЬШЕ ВИДЕО НА НАШЕМ YOUTUBE-КАНАЛЕ



WARPOINT FAMILY



Посмотрите видео с первого слета партнеров
WARPOINT CONF 2023

WARPOINT TOURNAMENT



Посмотрите видео с крупнейшего VR-турнира в РФ
WARPOINT TOURNAMENT 2023