



Q3 2026

istotne zmiany w największych tytułach Grupy TSG



Fishing Clash



W Q3 2026 zespół skoncentrował się na poprawie kondycji Fishing Clash w trzech obszarach: **wzmocnieniu doświadczenia nowych graczy i retencji, poszerzeniu monetyzacji poza tradycyjne IAP oraz zwiększeniu efektywności i skalowalności LiveOps**. Do najważniejszych działań należały uruchomienie i dalsze rozwijanie funkcjonalności Fishing Expedition, pełne wdrożenie i optymalizacja reklam (rewarded video ads), dalsze prace nad minigrą wędkarską i doświadczeniem nowych graczy (FTUE) oraz kontynuacja automatyzacji powtarzalnych procesów LiveOps.

Nowy content i LiveOps

- **Dwa nowe towiska:** ze względu na pięcioletni cykl publikacji nowych towisk, w Q3 2026 zespół przygotował dwa, a nie trzy towiska. Były to: jezioro Tahoe w lipcu i Dubrownik w sierpniu. **Premiery nowych towisk pozostają jednym z kluczowych impulsów monetyzacyjnych w grze**, dlatego fakt, że w Q3 2026 przypadły dwie, a nie trzy premiery towiska, istotnie wpłynęły na rozkład płatności w trakcie kwartału.
- **Eksperyment z nowym formatem towiska (Dubrownik):** przetestowano wydłużony format premiery towiska, rozpoczynając wydarzenie wcześniej w tygodniu zamiast w standardowym modelu weekendowym. Wydłużony format premiery zwiększył płatności w tygodniu jej rozpoczęcia, jednak część tego wzrostu została prawdopodobnie przesunięta z kolejnych tygodni. Zespół wykorzystuje te wnioski do dalszego dopracowywania formatów premier.
- **Nowe formaty wydarzeń:** kontynuowano eksperymenty ze strukturą wydarzeń towarzyszących premierom towisk, w tym z wydarzeniami Legendary i nowymi formatami wielodniowymi.
- Kontynuowano współpracę z Major League Fishing. W grze pojawił się dedykowany MLF content w trakcie kwartału.
- **83 nowe ryby.**
- **329 wydarzeń dla graczy**, rozłożone pomiędzy różne segmenty.



Wpływ strategiczny: utrzymuje regularny cykl dostarczania contentu, jednocześnie pozwalając testować nowe sposoby maksymalizacji wartości premier towisk i poszerzania doświadczenia LiveOps.

Nowa funkcjonalność: Fishing Expedition

- **Wdrożenie Fishing Expedition:** do gry wprowadzono nową warstwę rozgrywki i wydarzeń podczas premiery towiska w Dubrowniku. Celem wprowadzenia nowej funkcjonalności było zwiększenie różnorodności doświadczenia dla graczy, którzy już długo grają w grę i poszerzenie zaangażowania poza podstawową pętlę rozgrywki.
- Funkcjonalność została zaprojektowana tak, aby tworzyć dodatkowe możliwości monetyzacji wśród graczy o niskim i średnim poziomie wydatków, dzięki formatowi, który można dostosowywać do różnych segmentów graczy i konfiguracji zawartości.
- W trakcie kwartału zespół rozpoczął iterację progresji, trudności zadań i kształtu nagród, bazując na pierwszych opiniach graczy i wynikach funkcjonalności.



Wpływ strategiczny: rozszerza zestaw narzędzi wspierających zaangażowanie i monetyzację w Fishing Clash oraz tworzy elastyczny format, który może być ponownie wykorzystywany w przyszłych inicjatywach contentowych i LiveOps.

Monetyzacja i reklamy

- **Pełne wdrożenie reklam (rewarded video ads):** zakończono proces wdrożenia dla wszystkich graczy, dzięki czemu reklamy stają się coraz istotniejszym nowym źródłem monetyzacji Fishing Clash.
- **Optymalizacja reklam:** po zakończeniu wdrożenia punkt ciężkości przesunięto na optymalizację reklam, testując m.in. progi dostępu, ekspozycję na reklamy oraz balans pomiędzy przychodami z płatności i reklam.
- **Nowe miejsca emisji reklam:** wprowadzono dodatkowe reklamy w wybranych elementach rozgrywki i kontekstach związanych z nagrodami.
- **Google Level Up program:** zakończono prace techniczne wymagane do udziału w programie Google Level Up.

Wpływ strategiczny: wzmacnia monetyzację poprzez dodanie skalowalnego źródła przychodów, poprawę balansu pomiędzy przychodami z reklam i IAP oraz zwiększenie elastyczności przyszłych inwestycji w pozyskiwanie użytkowników.

Rozgrywka i doświadczenie nowych graczy (FTUE)

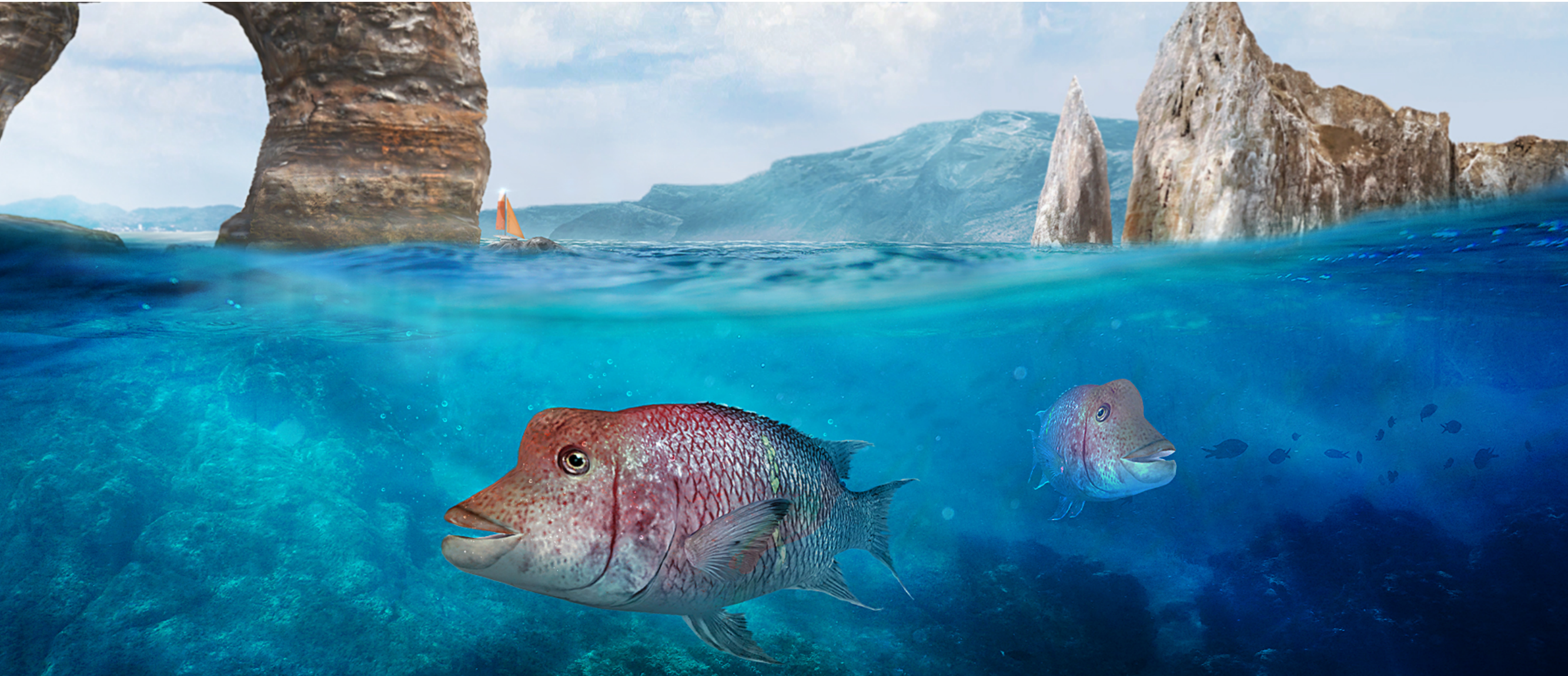
- **Nowa minigra wędkarska:** oprócz prac nad optymalizacją FTUE zespół konsekwentnie testował i rozwijał minigrę inspirowaną Fishing Trip, której celem jest poprawa podstawowej pętli rozgrywki na wczesnym etapie gry oraz retencji. Zidentyfikowano kolejne usprawnienia, które zostaną przetestowane przed szerszym wdrożeniem.
- **Dodanie elementów immersyjnych:** jeden z elementów testowanych w ramach prac nad minigrą - dodanie widocznych dłoni trzymających wędkę - pokazał mocny pozytywny sygnał retencyjny i jest dalej rozwijany z myślą o szerszym zastosowaniu.
- **Ekran podsumowania połowu:** nowy ekran podsumowania połowu został udostępniony wszystkim graczom, poprawiając widoczność nagród i tworząc podstawę do dalszych usprawnień UX.
- **Haul vs Duels:** przygotowano test porównujący nowy tryb Haul z Duels, aby sprawdzić, czy prostsza struktura PvP jest łatwiejsza do zrozumienia dla nowych graczy i bardziej angażująca.
- **Fishing Quest UX:** kontynuowano poprawę użyteczności i progresji w Fishing Quest, wspieraną pozytywnymi opiniami graczy.

Wpływ strategiczny: poprawia podstawowe doświadczenie z rozgrywki, wspiera retencję nowych graczy i ogranicza zakłócenia w kluczowych interakcjach.

Automatyzacja LiveOps

- Kontynuowano automatyzację powtarzalnych procesów LiveOps w celu istotnego ograniczenia czasu poświęcanego na ręczne przygotowywanie wydarzeń.
- Proces przyczynił się do wyraźnego zmniejszenia liczby błędów w konfiguracji wydarzeń i związanych z nimi zgłoszeń graczy.
- Usprawnienia automatyzacji ułatwiają prowadzenie bardziej precyzyjnie targetowanych wydarzeń oraz ponowne wykorzystywanie sprawdzonych formatów zarówno przy nowej, jak i istniejącej zawartości.
- **Automatyzacja Fishing Quest:** rozszerzono automatyczne tworzenie wydarzeń opartych na Fishing Quest, co pozwala zespołowi bardziej elastycznie wykorzystywać ten format.

Wpływ strategiczny: zwiększa efektywność LiveOps, ogranicza ryzyko operacyjne i uwalnia zasoby zespołu na rozwój funkcji o większej wartości oraz bardziej precyzyjne projektowanie wydarzeń.



Hunting Clash



W Q3 2026 zespół koncentrował się na wzmacnianiu stabilności technicznej gry, rozwoju monetyzacji, rozbudowie ekosystemu klubowego oraz utrzymaniu regularnego tempa dostarczania nowego contentu. W tym czasie zrealizowano istotne prace techniczne poprawiające wydajność gry, jak i wdrożono nowe rozwiązania monetyzacyjne, rozwijano systemy związane z klubami oraz kontynuowano optymalizację doświadczenia nowych graczy.

Nowy content

- **Trzy nowe lokacje:** Hawaai, Jeju Forest i Deep Sea.
- **73 nowe zwierzęta.**
- Kontynuowano działania LiveOps wokół nowych lokacji, wydarzeń oraz treści związanych z klubami, wspierające regularne zaangażowanie graczy.



Wpływ strategiczny: utrzymuje regularny cykl dostarczania nowej zawartości, wspiera cykliczne zaangażowanie graczy oraz stanowi podstawę działań monetyzacyjnych nowego contentu i LiveOps w całym kwartale.

Rozwój techniczny i stabilność

- **Poprawa parametrów technicznych gry:** w lipcu zespół w dużej mierze koncentrował się na skróceniu czasów ładowania, zwiększeniu skuteczności logowania, poprawie stabilności oraz ogólnej wydajności gry. Prace te przełożyły się na najlepsze w historii Hunting Clash parametry techniczne i stworzyły stabilniejszą bazę pod kolejne wdrożenia.
- **Utrzymanie platformy:** w całym kwartale kontynuowano prace techniczne, obejmujące m.in. poprawki błędów ANR, usprawnienia zarządzania pamięcią, poprawki związane z komunikacją i powiadomieniami, aktualizacje Ads SDK oraz inne działania poprawiające wydajność.
- **Wdrożenie Google Level Up:** sukcesywnie wdrażano kolejne elementy programu Google Level Up, w tym osiągnięcia, statystyki gry, nagrody oraz inne wymagania platformowe.

Wpływ strategiczny: zmniejsza bariery w dostępie do gry i korzystaniu z niej, poprawia niezawodność na różnych urządzeniach oraz wzmacnia techniczne fundamenty pod dalszy rozwój produktu.

Inicjatywy monetyzacyjne

- **Elite Battle Pass:** wprowadzono dodatkowy poziom Battle Passa, zaprojektowany jako rozszerzenie standardowej oferty. Testy pokazały dobre wyniki monetyzacyjne bez negatywnego wpływu na długoterminowe zachowania graczy, co pozwoliło na szersze wdrożenie rozwiązania w trakcie kwartału.
- **Reklamy z nagrodą (rewarded ads):** kontynuowano rozszerzanie i optymalizację wyświetlania reklam, w tym testy dynamicznego wyłączenia reklam dla graczy, którzy zaczynają dokonywać zakupów.
- **Usprawnienia webstore:** kontynuowano rozwój rozwiązań wspierających monetyzację

Trophy Hunter



W Q3 2026 głównym priorytetem zespołu była poprawa monetyzacji i zwiększanie LTV graczy (wartość graczy) poprzez konsekwentny rozwój i testowanie nowych rozwiązań monetyzacyjnych. Jednocześnie zespół utrzymywał regularne tempo dostarczania nowego contentu oraz pracował nad rozgrywką, funkcjami rywalizacyjnymi i technicznymi fundamentami wspierającymi dalszy rozwój produktu.

Zmiany wprowadzane w ostatnich kwartałach przełożyły się na znaczącą poprawę LTV graczy. Dalsze skalowanie gry nadal pozostaje jednak wyzwaniem, dlatego kluczowym priorytetem pozostaje dalsze zwiększanie wartości gracza i efektywności monetyzacji.



Nowy content

- **3 nowe Areny:** Arena 23 - Peru, Arena 24 - Bamboo Forest oraz Arena 25 - Oasis.
- **6 nowych Aren Night Hunt:** Areny 10-15, dalej rozwijające dodatkową linię contentu w celu urozmaicenia rozgrywki i zwiększenia zaangażowania graczy.
- W całym kwartale kontynuowano regularne działania LiveOps, wspierające cykliczne zaangażowanie wokół nowej i istniejącej zawartości.

Wpływ strategiczny: poszerza bazę zawartości w grze, daje graczom nowe cele progresji i tworzy kolejne powody do regularnego powrotu do gry.

Monetyzacja i ekonomia

- **Optymalizacja ekonomii:** po kilku iteracjach przebudowana ekonomia przyniosła znaczącą poprawę wartości gracza. Zespół kontynuował optymalizację systemu i przygotowania do jego szerszego wdrożenia.
- **Battle Pass:** przeniesiono i dostosowano system Battle Pass opracowany dla Medal Hunter. Testy potwierdziły jego wyraźnie pozytywny wpływ na monetyzację, co wsparło decyzję o szerszym wdrożeniu rozwiązania.
- **Contests:** opracowano i przetestowano nowy format wydarzeń rywalizacyjnych, dodający kolejną warstwę monetyzacji i zaangażowania. Pierwsze testy przyniosły obiecujące wyniki wśród bardziej zaawansowanych graczy, a zespół kontynuował iteracje funkcji przed jej szerszym wdrożeniem pod koniec kwartału.

bezpośrednią poprzez webstore, w tym dodatkowej zawartości, takiej jak Weapon Wildcards.

- **Google Level Up:** zakończono prace wdrożeniowe pozwalające korzystać z korzyści biznesowych związanych z programem, w tym niższych opłat (provizji) od zakupów graczy w Google Play.

Wpływ strategiczny: poszerza możliwości monetyzacji poprzez połączenie ofert premium, reklam z nagrodą i bezpośrednich kanałów płatności, przy jednoczesnej ochronie doświadczenia najbardziej wartościowych graczy.

Funkcjonalności klubowe i społecznościowe

- **Club Lodge:** po pozytywnych wynikach pierwszych testów Club Lodge został udostępniony wszystkim graczom. Funkcjonalność została zaprojektowana tak, aby zwiększać zaangażowanie w kluby poprzez silniejsze powiązanie progresji i nagród ze wspólną aktywnością członków w Club Wars.
- **Club Battle Pass:** wprowadzono nowy Battle Pass powiązany z aktywnością w Club Wars, którego celem jest jednoczesne zwiększenie monetyzacji i udziału graczy w rozgrywce klubowej.
- **LiveOps skoncentrowany wokół klubów:** kontynuowano wykorzystywanie aktywności klubowych do wspierania zaangażowania w główne wydarzenia.

Wpływ strategiczny: wzmacnia warstwę społecznościową Hunting Clash, dając graczom więcej powodów do uczestnictwa w klubach, współpracy z innymi członkami oraz regularnego angażowania się w Club Wars.



Doświadczenie nowych graczy i optymalizacja produktu

- **Testy FTUE:** kontynuowano testowanie wczesnej progresji, czytelności interfejsu oraz struktury ofert, których celem jest poprawa onboardingu, retencji i monetyzacji na wczesnym etapie gry.
- **Wcześniejszy dostęp do LiveOps:** testowano obniżenie wymagań progresji, aby większa liczba nowych graczy mogła wcześniej uzyskać dostęp do wydarzeń i treści LiveOps.
- **Testy retencji:** część eksperymentów poprawiła przychody generowane przez graczy na wczesnym etapie, ale nie przełożyła się jeszcze na poprawę retencji, dlatego prace nad dalszymi iteracjami są kontynuowane.

Wpływ strategiczny: wspiera podejście oparte na danych do onboardingu i monetyzacji, pozwalając weryfikować, które zmiany poprawiają wczesną progresję i wartość gracza bez zwiększania odpływu graczy.

- **Vanity Scopes (ozdobne warianty lunet):** wprowadzono dodatkowy kosmetyczny element monetyzacji, który wzbudził zainteresowanie graczy i dostarczył kolejnych wniosków przydatnych w dalszym rozwoju systemu broni.
- **Google Level Up program:** wdrożono zmiany wymagane w ramach programu Google Level Up. Udział w programie powinien przełożyć się na poprawę ekonomiki transakcji realizowanych za pośrednictwem platformy (niższe prowizje).

Wpływ strategiczny: wzmacnia fundamenty monetyzacyjne Trophy Hunter poprzez rozwój szerszego zestawu systemów monetyzacyjnych i zwiększanie wartości gracza.

Rozgrywka i optymalizacja produktu

- **Matchmaking:** kontynuowano testowanie i dopracowywanie różnych podejść do doboru graczy do pojedynków, których celem jest poprawa doświadczenia graczy i wsparcie retencji.
- **Rozwój funkcji klubowych:** kontynuowano rozwój i optymalizację systemów oraz wydarzeń związanych z klubami, aby wzmacniać zaangażowanie obecnych graczy.
- **A/B testy:** kontynuowano testowanie różnych rozwiązań dotyczących progresji, monetyzacji i rozgrywki, wykorzystując wyniki do dopracowywania systemów przed ich szerszym wdrożeniem.

Wpływ strategiczny: wspiera oparte na danych podejście do rozwoju produktu i pomaga identyfikować rozwiązania, które mogą najskuteczniej poprawiać zaangażowanie, retencję i wartość gracza.

Rozwój produktu

- W trakcie kwartału zespół prowadził również prace przygotowawcze do kolejnego etapu rozwoju Trophy Hunter, wykorzystując wnioski z testów przeprowadzonych w Q3 2026 oraz obserwacje zachowań graczy do dalszego dopracowywania przyszłych systemów gameplayowych, progresji i monetyzacji.

Wpływ strategiczny: przygotowuje produkt do dalszego rozwoju, przy jednoczesnym utrzymaniu koncentracji na obszarach o największym potencjale zwiększania wartości gracza i zaangażowania.



Medal Hunter



Medal Hunter zadebiutował globalnie **30 lipca 2026 r.** Gra w momencie wejścia na rynek oferowała graczom **dziewięć głównych operacji** oraz rozgrywkę opartą na dynamicznych pojedynkach PvP, progresji osadzonej w militarnym świecie oraz rozwoju uzbrojenia.

Najważniejszą funkcją dodaną po premierze gry były **Kampanie**, które wprowadziły nową, sezonową progresję i związaną z nią monetyzację. Pierwsza Kampania, **Epicka Furia**, wystartowała w sierpniu, a we wrześniu rozpoczęła się kolejna kampania - **Overlord**. Obie kampanie cieszyły się dużą popularnością wśród graczy i przyniosły dobre rezultaty. Zespół rozważa możliwość wprowadzenia ich na wcześniejszym etapie gry.

Po globalnej premierze zespół koncentrował się przede wszystkim na **analizie danych i opinii graczy oraz dalszym ulepszaniu produktu na podstawie zebranych wniosków**. Dobre wskaźniki zaangażowania i retencji po premierze potwierdziły, że rozgrywka nie wymaga dużych zmian, co pozwoliło zespołowi poświęcić więcej czasu na obserwację zachowań graczy przed podejmowaniem kolejnych decyzji rozwojowych.

Zespół ma **jasno określoną roadmapę rozwoju produktu do końca roku**, obejmującą m.in. adaptację wybranych funkcji, które sprawdziły się już w Trophy Hunter. Wspólna baza produktowa pozwala szybciej przenosić i dostosowywać skuteczne rozwiązania pomiędzy obiema grami. Ten przepływ działa już w obu kierunkach - Trophy Hunter również wykorzystuje wybrane funkcje opracowane pierwotnie dla Medal Hunter.

Wpływ strategiczny: potwierdza siłę podstawowej propozycji produktowej, a Kampanie wydłużają ścieżkę gracza i tworzą fundament pod rozwój gry, budowanie zaangażowania i dalszą pracę nad monetyzacją. Jednocześnie model linii produktowej pozwala przyspieszać rozwój produktów poprzez ponowne wykorzystywanie i dostosowywanie sprawdzonych rozwiązań w obu tytułach.



Wings of Heroes



W Q3 2026 zespół kontynuował szerszą ewolucję Wings of Heroes, koncentrując się na rozgrywce, progresji, monetyzacji oraz doświadczeniu nowych graczy (FTUE). Po dużych zmianach systemowych wprowadzonych w Q2 2026, kolejny kwartał był w dużej mierze poświęcony ich weryfikacji i dalszym iteracjom - testowaniu nowych formatów rozgrywki, usprawnianiu podstawowych mechanik, rozwijaniu nowych systemów zaangażowania i monetyzacji oraz utrzymaniu regularnego tempa dostarczania nowego contentu.

Nowy content

- **10 nowych samolotów:** P-51D-5, IL-10, BFMK21, F7F-1, C.205N2, He 177 A-5, Bf 109 C-1, I-16 Type 24, Sea Fury FB 11 oraz Tu-2S-59.
- **LiveOps:** w trakcie kwartału zrealizowano 328 wydarzeń, wspierających regularne zaangażowanie graczy.

Wpływ strategiczny: podtrzymuje regularny cykl dostarczania contentu i tworzy bazę do dalszych działań LiveOps, rozwoju progresji i monetyzacji.

Rozgrywka i rozwój funkcjonalności

- **Time Trial:** kontynuowano rozwój i iteracje zręcznościowego trybu wprowadzonego pod koniec Q2 2026. W trakcie kwartału tryb został rozszerzony o nową mapę - śnieżny kanion - zwiększając różnorodność rozgrywki i wspierając dalsze testowanie rywalizacji opartej na presji limitu czasu.
 - **Tactical Focus:** wprowadzono aktywności kierujące graczy do wybranych elementów gry i nagradzające realizację określonych celów. Format zwiększył zaangażowanie w wybrane funkcje i wspierał dodatkowe wykorzystanie waluty w grze.
 - **Card Conquest:** kontynuowano rozwój i usprawnianie nowej funkcjonalności opartej na kartach, która spotkała się z obiecującym odbiorem graczy w pierwszych testach.
 - **Usprawnienia championships (mistrzostw):** wprowadzono zmienioną formułę mistrzostw i kontynuowano balansowanie wydarzeń, poprawiając sposób, w jaki gracze angażują się w rywalizację i powiązane z nią oferty.
- Wpływ strategiczny:** poszerza zakres aktywności dostępnych dla graczy i tworzy bardziej zróżnicowane powody do angażowania się w grę poza standardowymi bitwami, jednocześnie silniej łącząc rozgrywkę z progresją i monetyzacją.

Doświadczenie nowych graczy (FTUE)

- **Usprawnienia mechaniki strzelania:** przetestowano zmiany dotyczące dostępności amunicji, aby ułatwić graczom pierwsze starcia. Test poprawił wskaźniki wczesnej retencji, progresji i monetyzacji, potwierdzając dalszy potencjał optymalizacji podstawowego doświadczenia bojowego.
 - **Iteracje FTUE:** kontynuowano testowanie różnych podejść do onboardingu graczy i wczesnej progresji. Jedna z większych iteracji FTUE wprowadzonych w trakcie kwartału nie przyniosła oczekiwanych rezultatów i została zakończona, a zespół skupił się na bardziej precyzyjnych zmianach ograniczających tarcia na początku gry.
 - **Doświadczenie na starcie:** kontynuowano prace nad zmianami dotyczącymi pierwszego samolotu gracza i wczesnej progresji, aby początkowe doświadczenie było bardziej intuicyjne i lepiej dopasowane do głównej grupy odbiorców gry.
- Wpływ strategiczny:** zespół wykorzystuje ukierunkowane eksperymenty do ograniczania problemów w pierwszych sesjach gracza oraz identyfikowania zmian w rozgrywce, które mogą poprawiać retencję bez osłabiania monetyzacji.

Progresja i monetyzacja

- **Usprawnienia workshopu (warsztatu):** kontynuowano iteracje Workshopu po przebudowie w Q2 2026, a wprowadzone zmiany hangaru wspierały większe zaangażowanie graczy w ulepszanie samolotów.
- **Optymalizacja ofert:** kontynuowano poprawę struktury i sposobu prezentowania ofert w grze, równolegle rozwijając mechanikę Battle Passa i inne systemy monetyzacyjne.
- **Monetyzacja wydarzeń:** rozwijano dodatkowe narzędzia dla nowych formatów rozgrywki, w tym dedykowane waluty eventowe i mechaniki wspierające ponowny udział w wydarzeniach.
- **Systemy progresji:** kontynuowano dopracowywanie sposobu prezentacji i wykorzystania samolotów, ulepszeń oraz nagród w różnych aktywnościach w grze.

Wpływ strategiczny: ten zestaw działań wzmacnia powiązanie między rozgrywką, progresją i wydatkami graczy, jednocześnie dając zespołowi większą elastyczność w budowaniu monetyzacji wokół różnych motywacji graczy i trybów rozgrywki.

Partnerstwo

- **Battle of Britain Air Show x Wings of Heroes:** w dniach 11-17 września Wings of Heroes zrealizowało swoją pierwszą oficjalną współpracę z partnerem - Imperial War Museums - przenosząc Duxford Battle of Britain Air Show do gry. Gracze mogli latać Spitfire'em i rywalizować w dedykowanych Time Trials równolegle z rzeczywistym wydarzeniem odbywającym się w RAF Duxford. **Aktywacja została również wyróżniona w Google Play**, po tym jak zespół redakcyjny Google wybrał ją jako wydarzenie priorytetowe.

Wpływ strategiczny: łączy LiveOps w grze z rozpoznawalnymi wydarzeniami lotniczymi ze świata rzeczywistego, wzmacniając autentyczność i widoczność produktu oraz otwierając nowe możliwości współpracy, zawartości tematycznej i ekspozycji na platformach dystrybucyjnych.



Dalszy rozwój

- **Payload mode:** opracowano nowy tryb ataku i obrony oparty na ochronie lub zniszczeniu sterowca, z możliwością wykorzystania innych typów celów w przyszłości. Format może być wykorzystywany w wydarzeniach, Kampaniach oraz w doświadczeniu nowych graczy. Tryb został wprowadzony pod koniec września z myślą o wykorzystaniu w kolejnych miesiącach.
- **Dalszy rozwój funkcji Time Trial:** kontynuowano prace nad dedykowanymi walutami, mechanikami ponownego udziału i dodatkowymi możliwościami konfiguracji trybu.
- **Rozwój Battle Passa:** przygotowano kolejne usprawnienia i narzędzia umożliwiające dalsze iteracje Battle Passa.
- **Google Level Up:** kontynuowano wdrażanie wymagań programu Google Level Up.

Wpływ strategiczny: przygotowuje kolejne systemy, które mogą poszerzyć doświadczenie Wings of Heroes i stworzyć nowe możliwości zwiększania zaangażowania, retencji i monetyzacji.

Real Combat Simulator



W Q3 2026 zespół koncentrował się na poprawie onboardingu i procesu uczenia graczy w złożonym środowisku symulacyjnym, jednocześnie przygotowując kolejne rozwiązania wspierające długoterminowe zaangażowanie.

Aktualizacje i rozwój techniczny

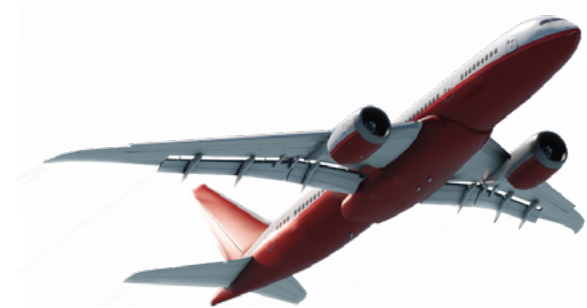
- Samouczek Air-to-Air: wprowadzony jako pierwsze istotne usprawnienie onboardingu, którego celem było ograniczenie barier na początku gry i ułatwienie graczom zrozumienia podstawowych mechanik walki.
- Samouczek Air-to-Ground: rozszerzył ścieżkę onboardingu i wspierał szersze zrozumienie systemów walki.
- Analiza skuteczności samouczków: pierwsze wyniki pokazały pozytywne sygnały, a gracze przechodzący dalej przez ścieżkę samouczków osiągalali lepsze rezultaty.

Wpływ strategiczny: poprawia zrozumienie zasad gry na wczesnym etapie i tworzy bardziej przystępny punkt wejścia do doświadczenia oferowanego przez Real Combat Simulator.

Pierwsze doświadczenia gracza (FTUE) i progresja

- Kontynuowano prace nad szerszymi systemami rozgrywki, których celem jest stworzenie dla graczy silniejszych powodów do pozostawania aktywnymi również po pierwszym miesiącu.
- Zespół rozpoczął przechodzenie od onboardingu opartego głównie na samouczkach w stronę uczenia poprzez zaangażowanie w rozgrywkę.

Wpływ strategiczny: przygotowuje przejście od początkowego onboardingu do ciągłego uczenia się i głębszej progresji poprzez rozgrywkę.



Real Flight Simulator



W Q3 2026 zespół koncentrował się na poprawie jakości samolotów, terenu i otoczenia lotnisk, stabilizacji produktu po kolejnych wdrożeniach oraz przygotowaniu kolejnego etapu rozwoju warstwy wizualnej poprzez udostępnienie użytkownikom Alpha środowiska nowej generacji.

Content: samoloty i lotniska

- **Duża przebudowa Boeinga 737-800:** wdrożono znaczącą aktualizację samolotu, obejmującą m.in. usprawnienia autopilota, chowane światła oraz dodatkowe animacje kokpitu, zwiększające realizm i jakość doświadczenia.
- **Lotniska HD:** w trakcie kwartału dodano 190 nowych lotnisk HD i przebudowano 53 istniejące.

Wpływ strategiczny: podtrzymuje wartość produktu poprzez konsekwentne podnoszenie jakości samolotów i regularne rozszerzanie zawartości lotniskowej.



- **Nowy samouczek joysticka:** wprowadzony w ramach dalszych prac nad poprawą FTUE.
- **Usprawnienia techniczne:** w trakcie kwartału przeprowadzono refaktoryzację systemu kamery, wdrożono wymogi programu Google Play Achievements, zaktualizowano wytyczki oraz wprowadzono usprawnienia związane z limitami urządzeń.

Wpływ strategiczny: poprawia spójność terenu i doświadczenie nowych graczy, jednocześnie wzmacniając techniczne fundamenty pod dalszy rozwój produktu.

Utrzymanie platformy

- W trakcie kwartału wdrożono kilka ukierunkowanych aktualizacji i hotfixów, poprawiających stabilność, zarządzanie pamięcią oraz niezawodność produktu po kolejnych aktualizacjach gry.

Wpływ strategiczny: działanie te wspierają bardziej stabilne i spójne doświadczenie na różnych urządzeniach poprzez ciągłe podnoszenie jakości technicznej gry.

Aktualizacja i rozwój techniczny

- **Usprawnienia terenu i otoczenia lotnisk:** wdrożono zmiany pozwalające lepiej oddać różnice wysokości terenu, poprawiono łączenie jego fragmentów, zaktualizowano umiejscowienie lotnisk oraz ograniczono obszary sztucznie spłaszczzonego terenu.

