



МАРКЕТИНГ МОБИЛЬНЫХ ИГР:

**ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ В УСЛОВИЯХ
МАССОВОЙ ИЗОЛЯЦИИ И КРИЗИСА**

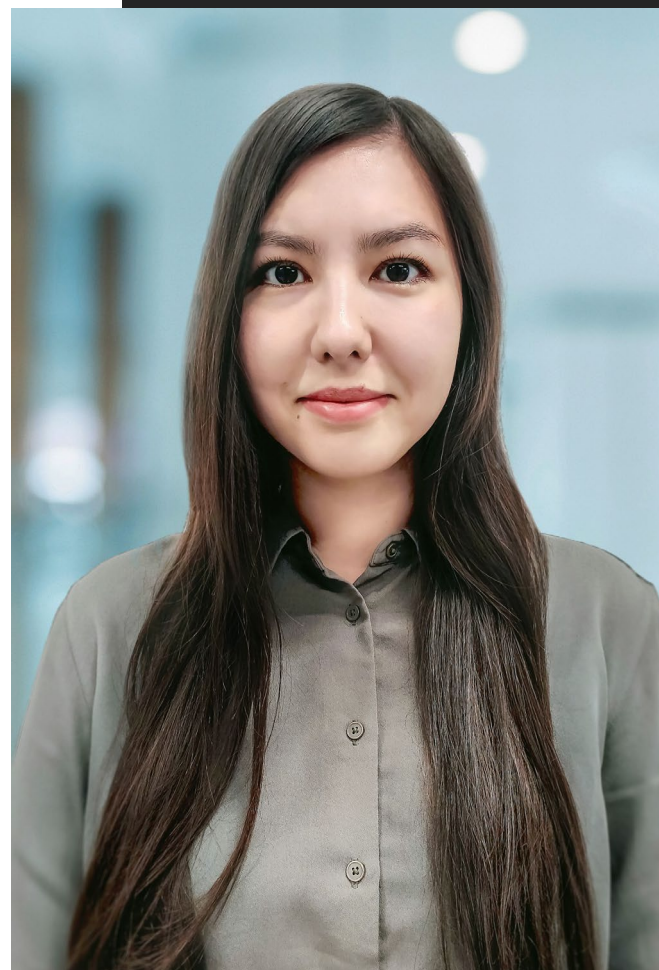
Гульназ Саитова

Руководитель отдела по привлечению пользователей

Azur Games — международный издатель и разработчик мобильных игр, data-driven компания.

Направления:

mid-core hybrid-casual idle games
hyper-casual casual



2017

Дата основания

50+

Проекты

200+

Сотрудники

Немного больше об Azur Games

2020 Top 10 Russia Headquartered Publishers by Consumer Spend

iOS & Google Play





RANK	COMPANY NAME
1	Mail.Ru Group
2	MyTona
3	Kefir
4	Playkot
5	FaceApp
6	Ultimate Guitar
7	LitRes
8	Azur Interactive Games
9	Nekki
10	UMA

appannie.com











Top 10 is based on worldwide combined iOS App Store and Google Play revenues for 2019.

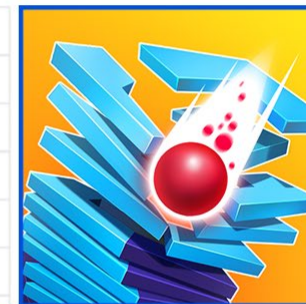
Worldwide Downloads in 2019

Top Apps

1	 Facebook Messenger	Facebook
2	 Facebook	Facebook
3	 WhatsApp Messenger	Facebook
4	 TikTok	ByteDance
5	 Instagram	Facebook
6	 SHAREit	SHAREit
7	 Likee	YY Inc
8	 Snapchat	Snap
9	 Netflix	Netflix
10	 Spotify	Spotify

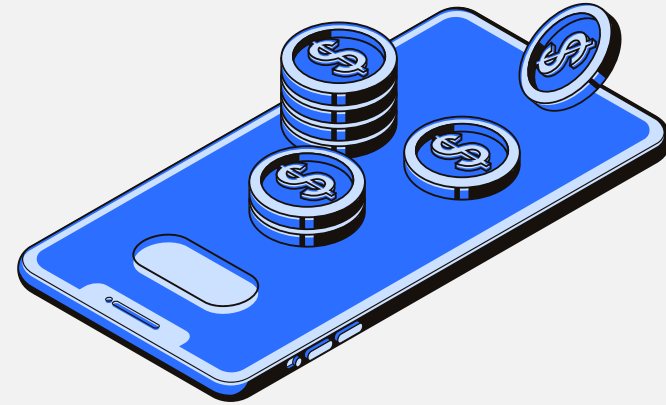
Top Games

	Free Fire	Sea
	PUBG MOBILE	Tencent
	Subway Surfers	Kiloo
	Color Bump 3D	Good Job Games
	Fun Race 3D	Good Job Games
	My Talking Tom 2	Outfit7
	Run Race 3D	Good Job Games
	Homescapes	Playrix
	Call of Duty: Mobile	Activision Blizzard
	Stack Ball	Azur Interactive Games



Combined iOS and Google Play

Как монетизируются игры?



1

Рекламная монетизация

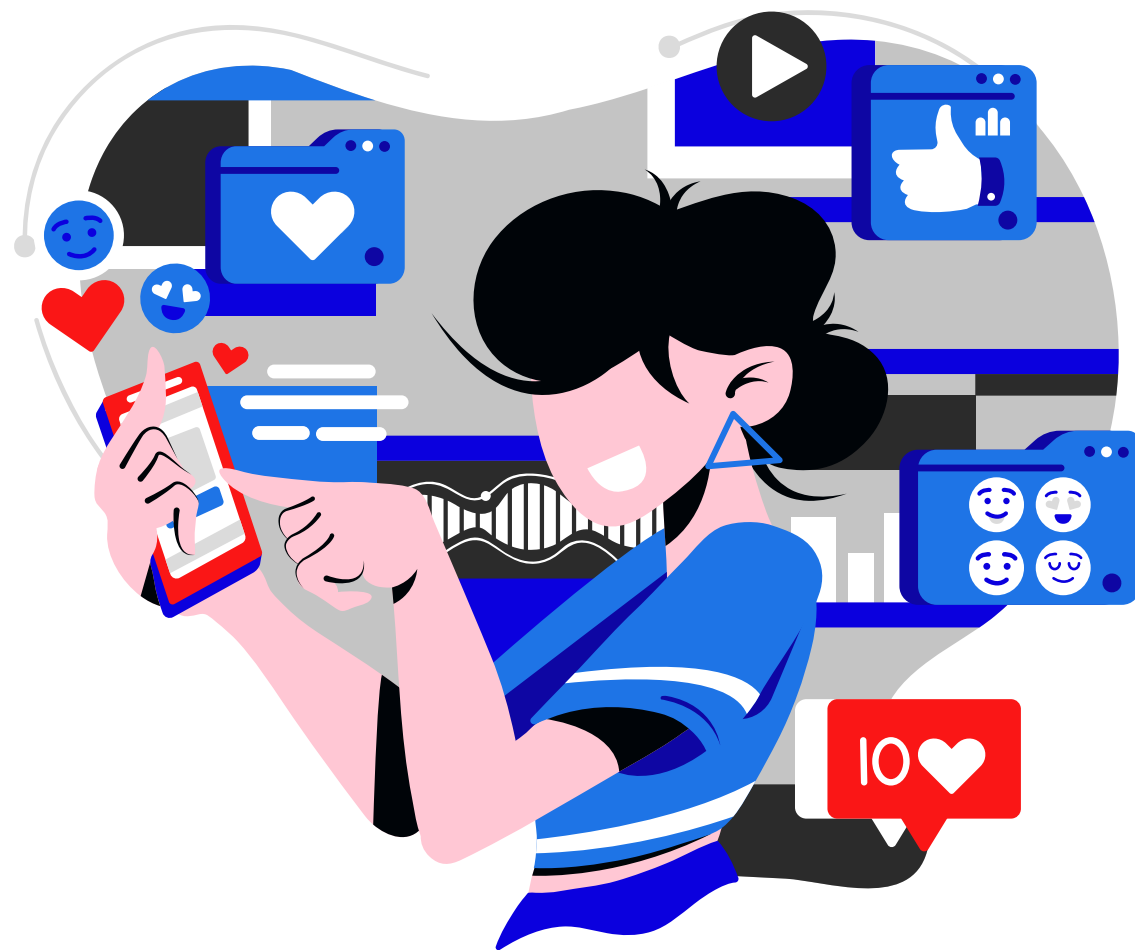
2

Внутриигровые покупки

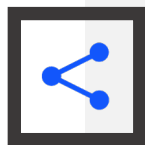
3

Гибридный тип монетизации (реклама + in-app покупки)

Как привлечь аудиторию в мобильные игры?



Основные каналы для продвижения



Social networks



Google



Facebook



Tik Tok Ads



Snapchat



Video networks



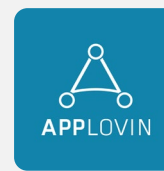
Vungle



AdColony



Unity



AppLovin



ironSource



Google Ads

Особенности:

1

для Android CPI
на Google, всегда
дешевле чем на FB

2

легко и быстро
масштабировать
компания

3

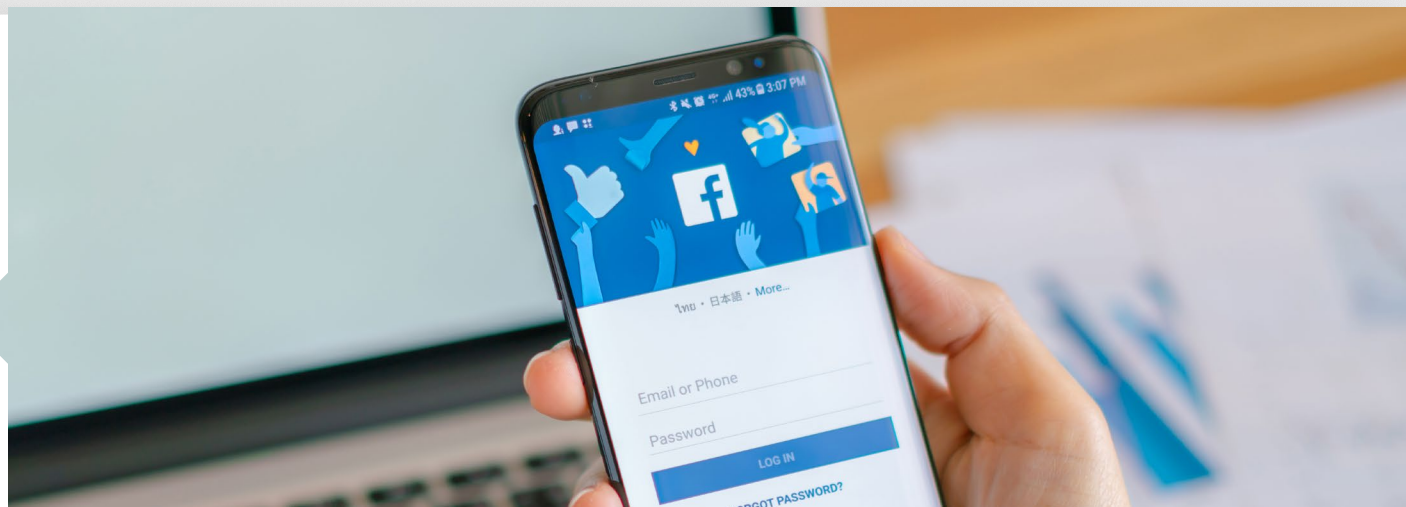
возможность закупки
с оптимизацией
на разные события

4

долгий процесс
обучения

Facebook

Особенности:



1

большой выбор настроек таргетинга

2

возможность настройки таргетинга на конкретную ЦА

3

внутренний конструктор креативов

4

низкий порог вхождения

5

увеличение виральности

6

сложно держать CPI

Видеонетворки

Особенности:



1

большой объем трафика

2

возможность точной установки CPI

5

наличие фрода

3

таргетинг на игры конкурентов

4

Редкий перерасход бюджета

Основные метрики в мобильном маркетинге

CPM
CPA

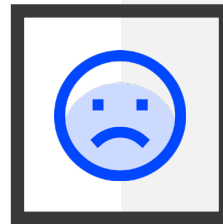
CR
CTR

Retention
eCPM

ROAS



LTV > CPI



CPI > LTV

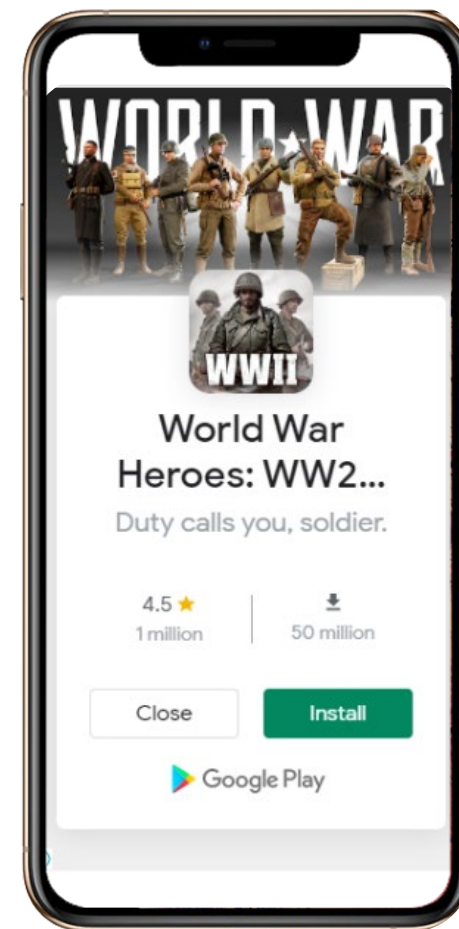
Креативы в геймдеве

Статичные изображения



JURASSIC MONSTER WORLD

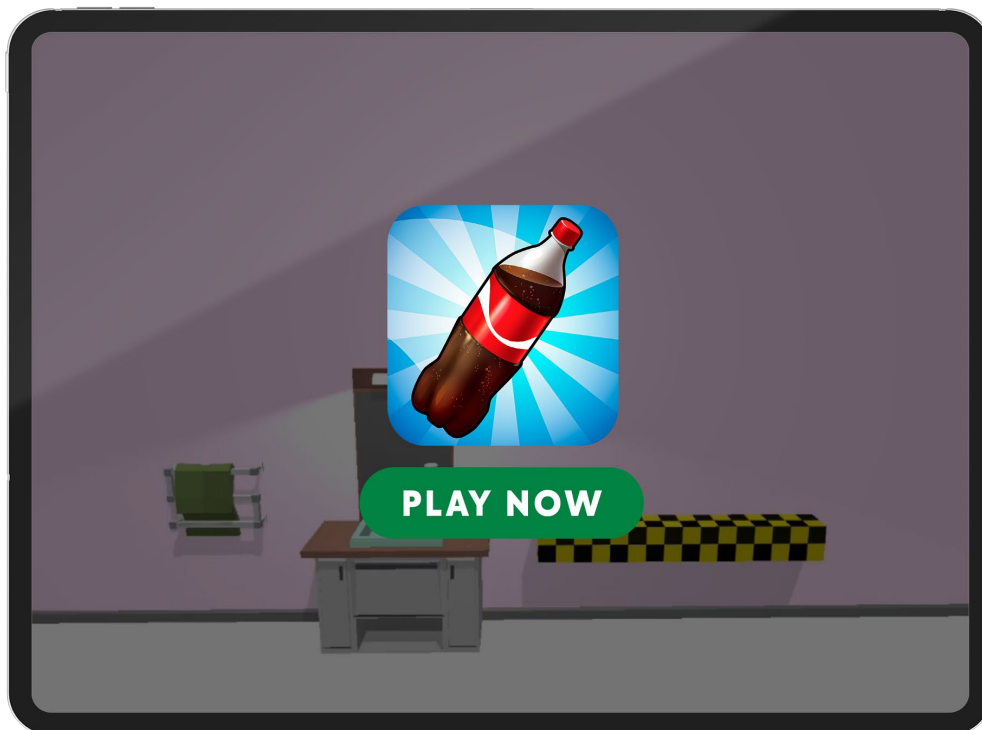
Текст



WORLD WAR HEROES

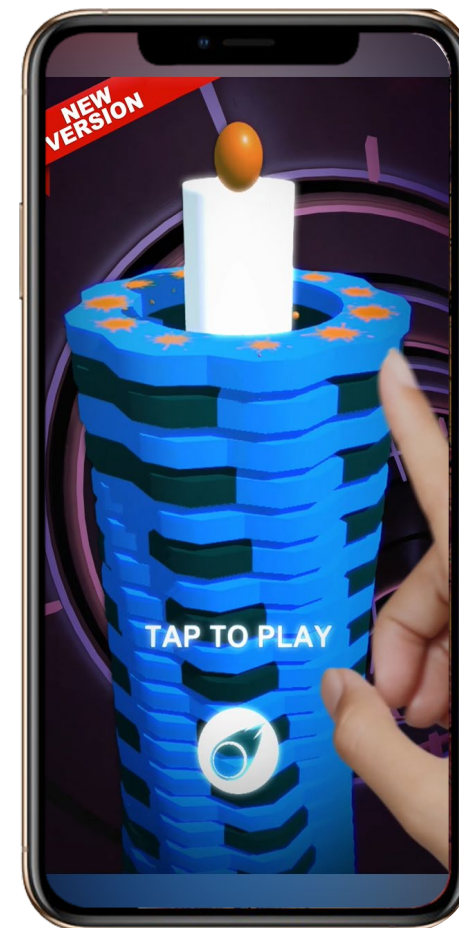
Креативы в геймдеве

Видео



BOTTLE JUMP

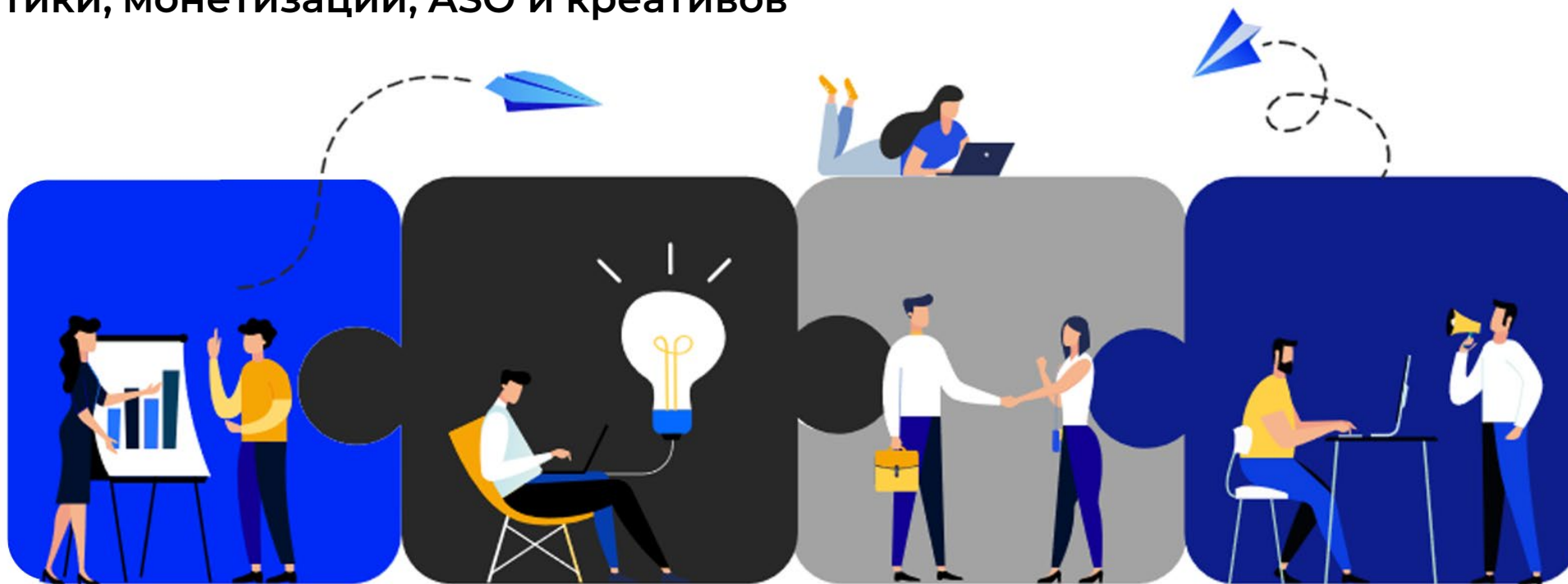
Playable



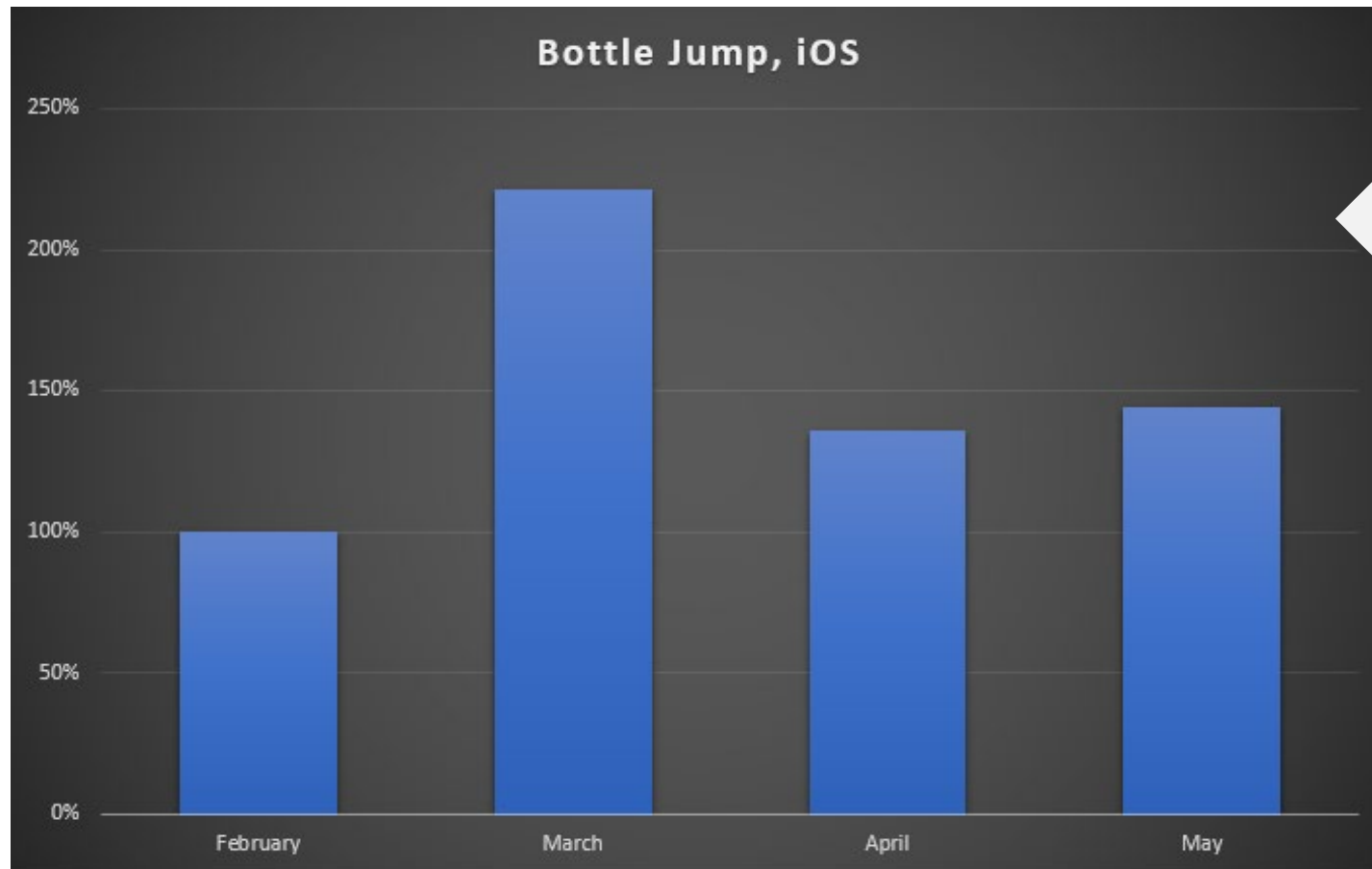
STACKBALL

Взаимодействие с командами:

Департамент UA всегда взаимодействует с отделами аналитики, монетизации, ASO и креативов



Гипер-казуальные игры в период самоизоляции



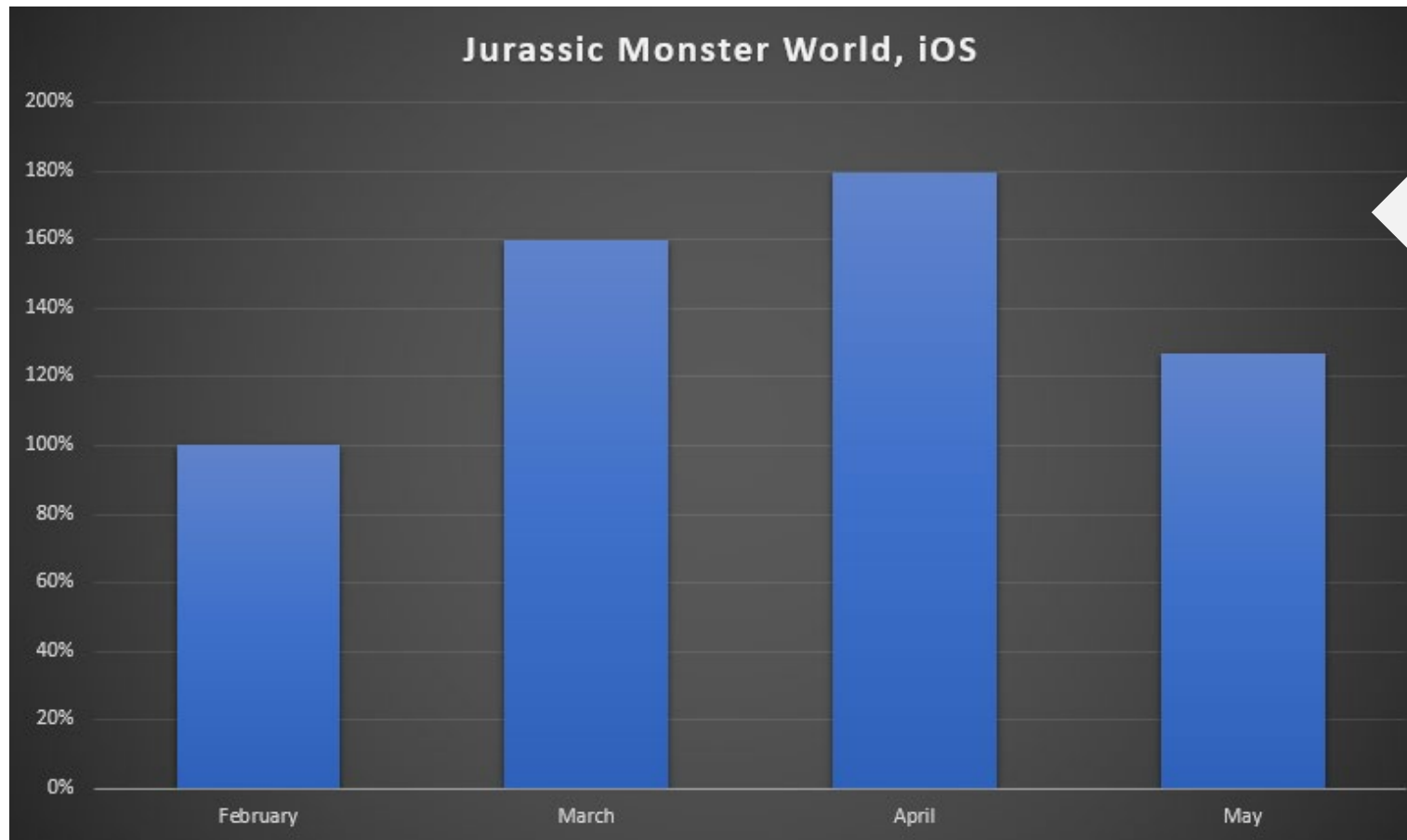
Installs



Страна - **США**

Платформа- **IOS**

Мид-корные игры в период самоизоляции



Installs

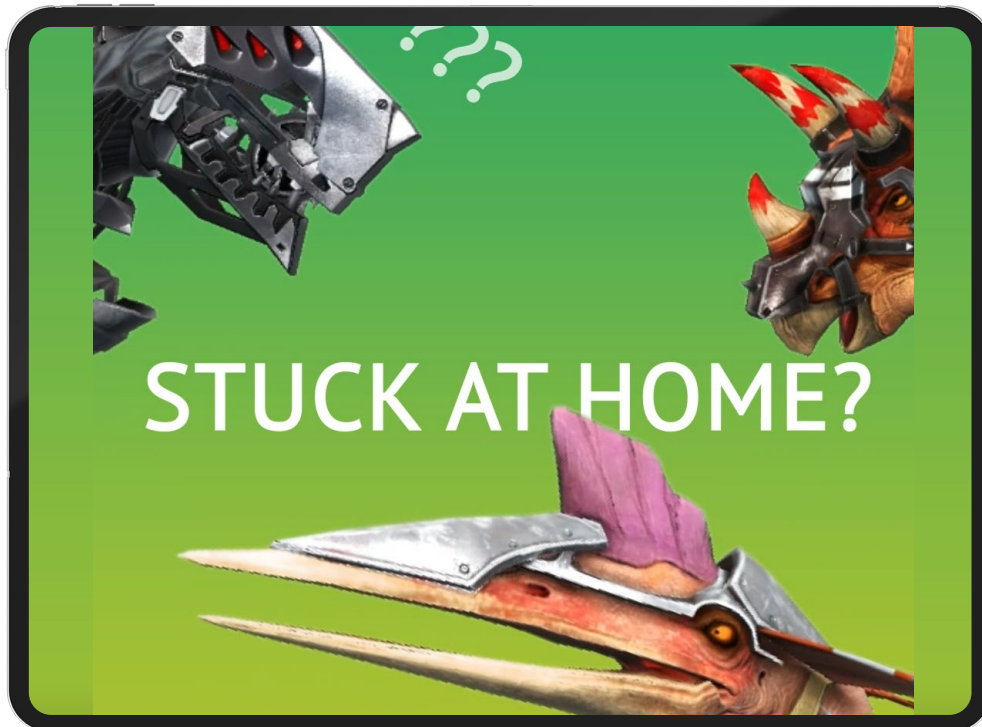
**JURASSIC
MONSTER WORLD**

Страна - **США**

Платформа- **IOS**

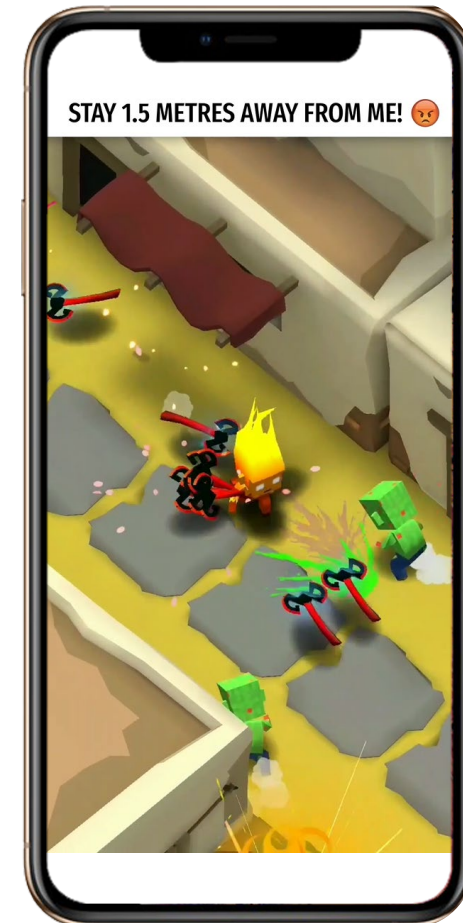
Примеры тематических креативов

Видео



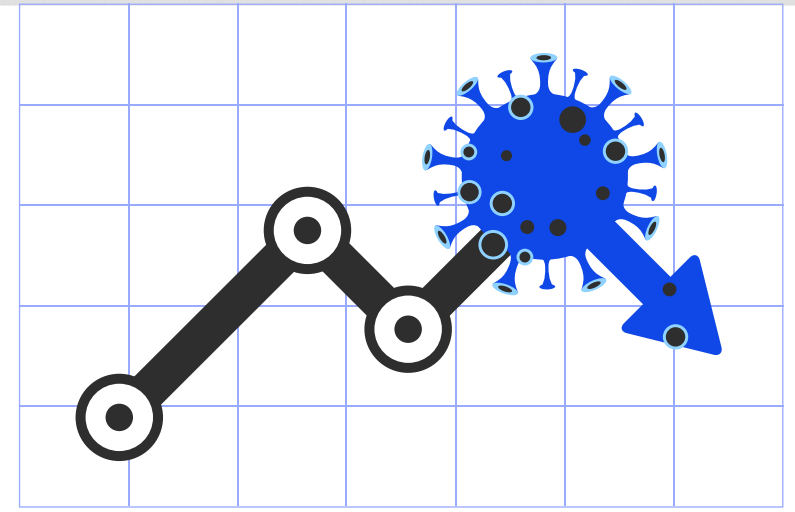
JURASSIC MONSTER WORLD

Playable



AXES

Влияние COVID-19 на маркетинг мобильных игр



1

Увеличение
числа установок

2

Изменение CPI

3

Увеличение
дохода

Особенности продвижения

1

эксперименты с креативами
и формулировками

2

продвижение через соц.сети

3

эксперименты с таргетингом
и аудиториями

4

запуск новых каналов

СПАСИБО!



azur_games



Azur Games



Azur Games

