



WINSTRIKE

AGENCY

Аудитория

Киберспорт



15.4

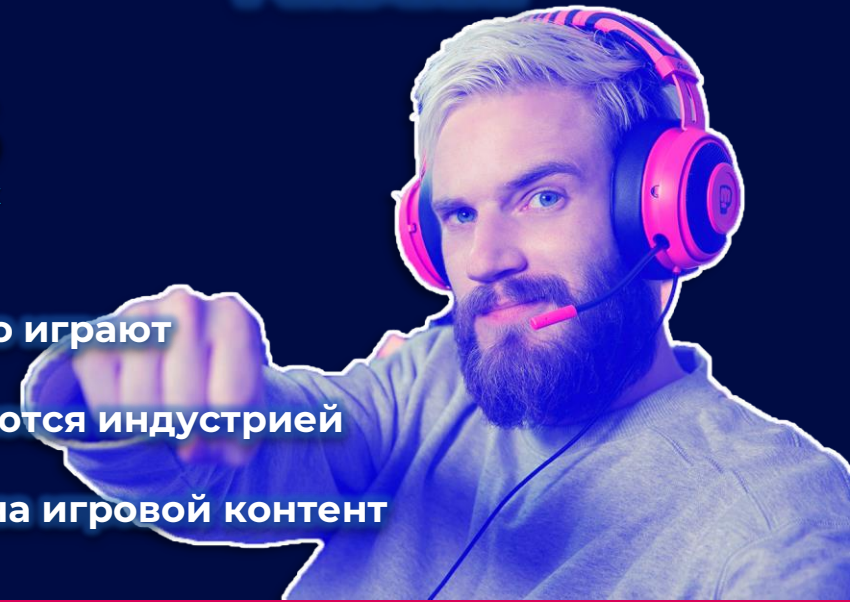
млн человек

Высокое вовлечение

Локомотив для остальных

Самые яркие события

Гейминг



64.5

млн человек

Постоянно играют

Интересуются индустрией

>64\$/год на игровой контент

Говорят на одном языке

Играют в одни игры

Схожий игровой ритуал и потребности

Вне игры

То что окружает геймера
в обычной жизни

Автомобили

Одежда

Операторы связи

Сервисы

Около игры

Процесс подготовки к игре,
паузы между сессиями

Напитки

Фуд партнеры

Энергетики

В игре

То что влияет на игрока в
рамках игровой сессии

Hardware / Software

Игровая периферия



Twitch в СНГ

Портрет:

- ✓ Ядро - от 18 до 34 лет;
- ✓ 35% женщины и 65% мужчины
- ✓ Доход выше среднего – 41,7 тыс руб VS 34 тыс руб по России
- ✓ Имеет высшее образование
- ✓ Имеет машину в 1,6 раз чаще, чем средний россиянин
- ✓ Доля пользователей умных устройств > в 3 раза
- ✓ Доля собирающихся взять ипотеку > в 3 раза
- ✓ Доля владельцев смартфонов за 35-50 тыс. рублей > в 1.9 раз

200 000 000+ год

часов просмотра киберспорта русскоязычных трансляциях за 2020 год

+10% прирост за

161 700 000 часов просмотров у топ-10 ру стримеров-парней за 2020 год

21 000 000 часов просмотров у топ-10 ру стримеров-девушек за 2020 год

Dota 2	214.2 млн
Общение	213.7 млн
CS:GO	106.7 млн
Heartstone	47.3 млн
Valorant	35.9 млн

Tinkoff x NAVI x Winstrike

Годовое партнёрство с киберспортивным клубом NAVI

Интеграция в русскоязычные трансляции турниров BLAST Premier

Интеграция в контент популярных стримеров

Бренд разработал специальный кастомный продукт – NAVI карту от Tinkoff с повышенным кэшбеком за игровые покупки и кастомным дизайном



~46%

Конверсия в заказы карт после перехода на лендинг

130%

Плана на выпуск карт выполнено на 01.06

Абсолютные показатели назвать не позволяет NDA, но к концу года...



Simple
electronic
B4
Perfecto
elamie



DODO PIZZA



Major Leipzig по Dota2, январь 2020
ESL Pro League 11 по CS:GO, март 2020

За период размещения удалось достичь
высоких медийных показателей и
увеличения количества запросов бренда
в Wordstat до максимума

52+ млн

Просмотров
трансляции

10+ млн

Уникальных
зрителей

95+ млн

Просмотров
трансляции

50+ млн

Уникальных
зрителей

Доход от заказов

Бюджет интеграции

=

0,3

Доход от заказов

Бюджет интеграции

=

4,86

Рекламный рынок Twitch сегодня

Стримеры
Турниры
Спецпроекты
OLV (сртм или српв)



CPV



Получаем имиджевое
размещение без
гарантированной
лидогенерации



Охват
Имидж
Лояльность
Вовлечение



Запрос рынка - CPA

Есть продукты, для которых ключевым показателем является целевое действие

Рынок посылает запросы на работу по CPA. Бренды хотят платить не за абстрактные количественные показатели, а за конкретное действие, дающее результат, который легко оценить.

Почему сейчас не работает CPA модель:

Больше барьеров при выборе как рекламодателя, так и исполнителя

Исполнители и агентства привыкли работать по CPV и опасаются потерять доход

Обязательно создание эксклюзивного предложения для аудитории

Сложность в прогнозировании финальных затрат на проект

CPA решения

Фиксированная оплата за конверсионные форматы у стримера

Гарантия получения исполнителем дохода + доступный кост на кликабельные форматы для бренда



Оплата по CPA модели за целевые действия

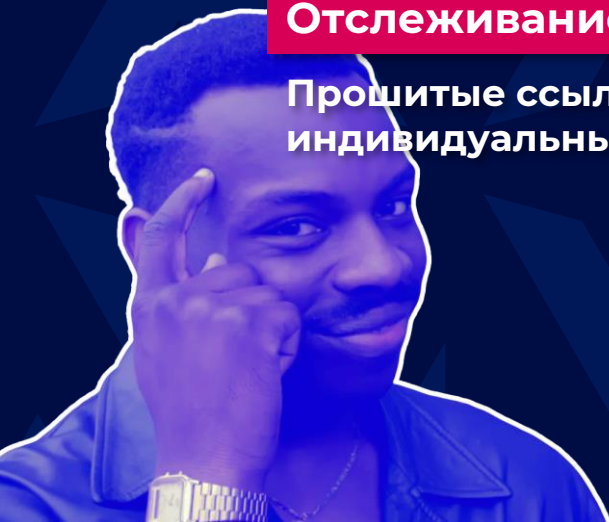
Форматы вариативны и неограниченны по количеству – герой заинтересован в большем количестве упоминаний.

Отслеживание конверсии

Прошитые ссылки, индивидуальные промокоды

Возможность оптимизации кампании

Инлайн аналитика кампании и динамики лидогенерации



Тренд на автоматизацию



ИССЛЕДОВАНИЯ

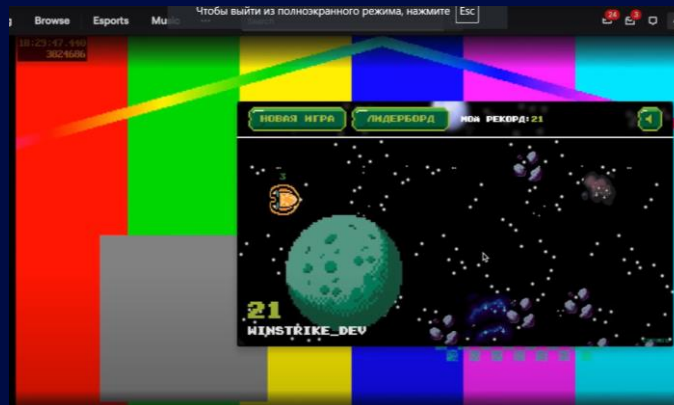


Опросы в трансляциях героев = доступ напрямую к аудитории без отрыва их от контента.

Выборка от 100.000 живых пользователей,

Возможность собрать данные для рассылок (необходима мотивация)

МИНИ ИГРЫ



- Виральность
- Нет рекламного отторжения

Кейс Palmolive Men:

- 3 платных размещения у топовых стримера
- 655 стримеров добавили в коллекцию
- 50% провели стрим в первую же неделю
- **За 2 недели заняли 2 место в категории Games in Extensions**

ТРЕКЕРЫ



Интеграция счётчиков показов

Интеграция пикселей



Чек-лист

Условия, которые помогут наиболее эффективно организовать рекламную кампанию в киберспорте/гейминге:

УТП

Эксклюзивный продукт

Эксклюзивная скидка

Возможность участия в розыгрыше

Предложение кэшбека

Бонус для или от стримера при покупке по его промокоду

Продукт/сервис действительно необходимы аудитории

Проработанная коммуникация и правильное определение места бренда в ритуале

Понимание бенчмарков CPM, CPC, CPA и обсуждение с профильным агентством

Возможность отслеживать трафик – UTM метки, промокоды, трекеры