



**GOOSE  
GAMING**

ESPORTS & GAMING AGENCY

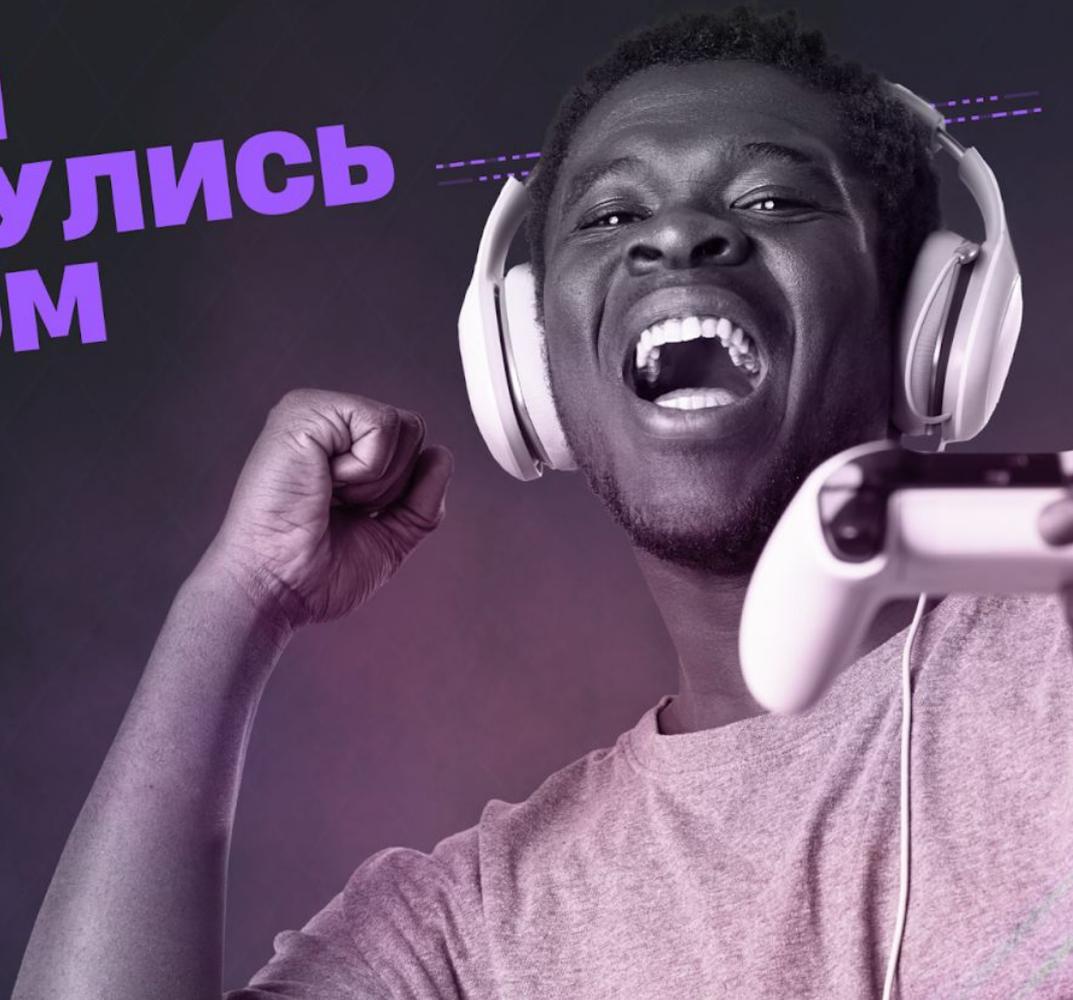


НАША ЦЕЛЬ

**ВСЕ БРЕНДЫ  
СОПРИКОСНУЛИСЬ  
С ГЕЙМИНГОМ**

И НАША МИССИЯ

Стать лучшим проводником в гейминг для брендов





**1** ПЕРВЫЙ

коммерческий  
виджет на Twitch СНГ

**1** ПЕРВАЯ

коммерческая  
AR-маска на Twitch СНГ

**НА  
НАШЕМ  
СЧЕТУ**

**1** ПЕРВАЯ

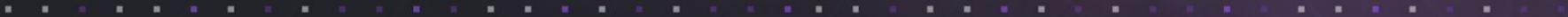
коммерческая  
игра на Twitch СНГ

**1** РЕКОРД

онлайна в СНГ на  
индивидуальном  
канале Twitch

**1** ПЕРВОЕ

место среди гейминговых агентств  
по количеству фестивальных  
наград в 2021 году





2021

# ЦИФРЫ ЗА ГОД

2 800 000

переходов собрали наши  
рекламные кампании

35

интерактивных оверлеев  
разработала наша IT-команда

240

проектов вышло  
из-под нашего  
крыла в этом году

100

топ-инфлюенсеров  
участвовали в наших  
проектах

23

наград получил  
Goose Gaming за  
фестивальный сезон



# НАШИ НАГРАДЫ

2021



Red Apple 2021



MIXX Russia Awards 2021



Премия Рунета 2021



Effie Awards (28 место в рейтинге эффективности)



Silver Mercury



White Square



PROBA Awards



G8 Awards 2021



Perspectum Awards 2021



Национальная премия бизнес-коммуникаций

Качество



Интегральный рейтинг



Рейтинг Digital Index AdIndex 2021

Сегмент «Influence-marketing»



# КОМПАНИИ, С КОТОРЫМИ МЫ РАБОТАЛИ





**МЫ  
ЯВЛЯЕМСЯ  
ЧАСТЬЮ  
ХОЛДИНГА  
МЕТАСОФР**  
METACORP

# ЧТО ТАКОЕ METACORP?



Гейминговое  
агентство  
полного цикла



Комьюнити  
профессионалов  
стриминга

*OUTPLAY*

Лайфстайл бренд  
одежды для  
геймеров

**MVP**  
PRODUCTION

Live broadcast  
продакшн



IT-разработка для  
интерактива на  
стримах



Самое награжденное  
гейминг-агентство  
2021



Самый большой  
медиа-инвентарь  
на Twitch в СНГ



Единственный стритвир-  
бренд одежды для  
геймеров в СНГ



Профессиональная  
бродкастинговая  
команда



Уникальный IT-продукт  
для взаимодействия со  
зрителями



# СПЕКТР УСЛУГ

**C&S**

## СТРАТЕГИЯ И КРЕАТИВ

Разработка концепций присутствия бренда в гейминге и киберспорте

**SMM**

## SMM И КОНТЕНТ

Создание контента и ведение тематических сообществ и контент-хабов

**IT**

## IT-РЕШЕНИЯ

Сайты, приложения, VR/AR, программы лояльности, разработка игр

**KOL**

## ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ

Интеграции и спецпроекты со стримерами, видеоблогерами и селебрити

**PROD**

## ПРОДАКШН

Организация мероприятий в диджитал и оффлайн

**PR**

## МЕДИА И PR

Медиапланирование и медиа-закупки, PR-кампании



# СТРАТЕГИЯ И КРЕАТИВ

C&S



# СПАРТАК МОСКВА × PUBG MOBILE

Культовый футбольный клуб страны и самая известная мобильная игра в мире расширили свои аудитории за счет коллаборации, организованной Goose Gaming.

Наша креативная команда разработала стратегию сотрудничества и сформулировала основной месседж кампании, объединяющий мобильный гейминг и спорт.

Кампания стартовала динамичным роликом с участием ведущих футболистов клуба, включала в себя интеграцию брендинга Спартака в PUBG Mobile и сопровождалась массивной PR-кампанией в ведущих российских СМИ.



**30 000 000**

Активаций  
паков в игре



**2 000 000**

Просмотров  
ролика



**50+**

Публикаций  
в СМИ



Смотреть видео



# AXE ❄️❄️❄️❄️❄️❄️❄️ CHILLGAMING

Задачей проекта был анонс нового аромата AXE ICE CHILL и получение контактных данных ЦА. Однако сложность в том, что геймеры очень неохотно делятся персональной информацией.

Но они любят давать советы во время просмотра прямых трансляций на Twitch: для этого геймеры используют чат и донаты. Вместе с AXE мы вывели этот поведенческий паттерн на новый уровень: наша команда разработала первый в СНГ интерактивный виджет, который позволил аудитории влиять на действия стримеров в реальном времени.

Для участия пользователь оставлял свои контактные данные - прямо в виджете, не уходя со стрима - таким образом мы сократили user journey до пары кликов.





# AXE ❄️❄️❄️❄️❄️❄️❄️❄️ CHILLGAMING

Бренд создал реальный value и запомнился аудитории, а наша рекламная кампания стала одним из бенчмарков Unilever в части креативности и инновационных механик сбора персональных данных.



MIXX Russia Awards 2020



Silver Mercury 2020



Effie Awards 2020



PROBA Awards



**23 000 000**  
Просмотров



**24 000**  
Собранных  
контактов



**33 000**  
Переходов  
на сайт AXE



Goose Gaming: стратегия, креатив, IT-решения, инфлюенсеры.



# GORILLA ENERGY × UFC

Мы организовали совместный проект с World of Tanks, UFC и Gorilla Energy.

Выпустили серию брендированных банок, за коды из которых пользователи могли получить игровые призы и участвовать в киберспортивном турнире.

В рамках проекта прошел первый в СНГ совместный стрим топ-игрока World of Tanks и чемпиона UFC Петра Яна.

Коллаборацию анонсировали на официальном сайте World of Tanks.



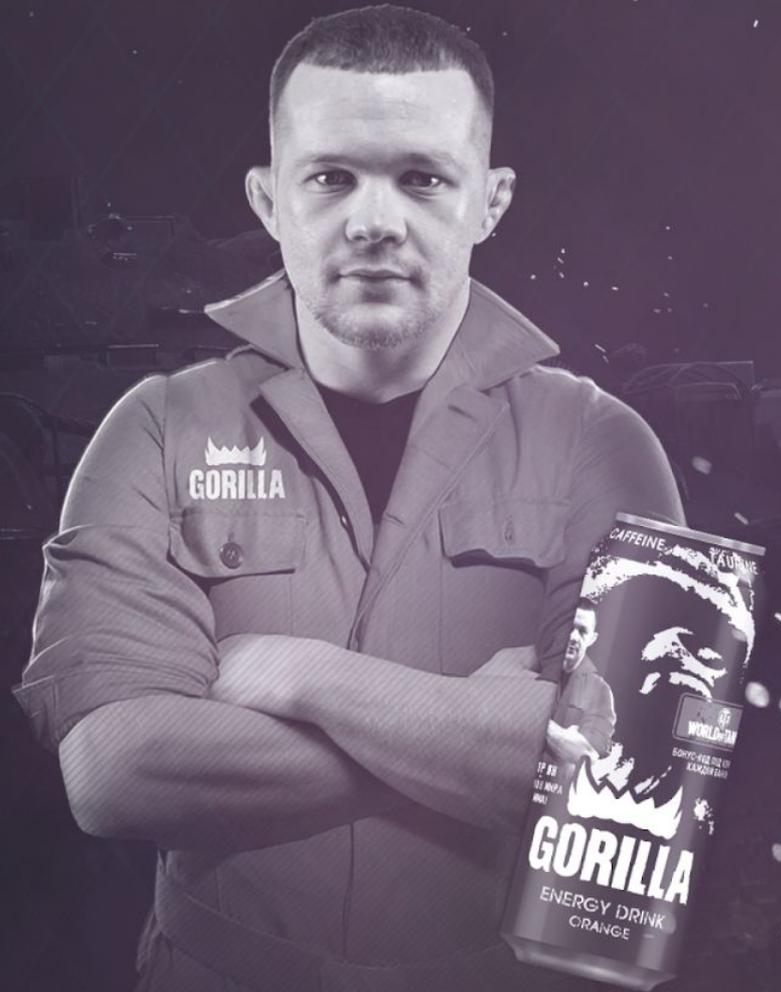
**3 000 000**  
Брендированных банок Gorilla



**10 000**  
Точек продаж в России



**100 000**  
Просмотров стрима





# МОСКОВСКИЙ КАРТОФЕЛЬ

Привлечение партнера, уже имеющего высокую credibility в гейминге - PUBG Mobile — позволило сформировать имидж “Московского картофеля” как продукта, эндемичного этой территории.

Вместе с партнерами мы создали специальный ко-брендинговый продукт, который появился на полках федеральных ритейлеров и дал игрокам PUBG Mobile внутриигровые бонусы.

Дополнительным инструментом для укрепления имиджа стали Twitch-инфлюенсеры - главные опинион-мейкеры для геймеров СНГ.

“Изюминкой” кампании стала первая в России брендированная AR-маска на Twitch.



**5 000 000**

Брендированных  
пачек чипсов



**10 000**

Точек продаж  
в России



**10 000**

Просмотров  
на канале МК





# HOME CREDIT BANK

Home Credit Bank запустил новый продукт для геймеров - дебетовую карту с 5% кэшбеком на любые игровые покупки.

Геймеры настороженно относятся к любым финансовым продуктам и не осознают ценность кэшбека, поэтому для того, чтобы ярко и просто объяснить аудитории преимущества карты, мы сформулировали простое и емкое сообщение: "5% - это МНОГО" и донесли его через игровые механики самых популярных в СНГ онлайн-игр.

В Dota 2 команда инфлюенсеров сражалась против команды зрителей, оставивших заявку на регистрацию карты, с 5% шансом на победу. В CS:GO мы запустили нестандартный турнир, все участники которого начинали матч с 5% здоровья.

Необычная кампания быстро стала вирусной, сгенерировав не только заявки на карту, но и целый ряд мемов.



**4 500 000**  
Просмотров  
Dota 2



**6 250 000**  
Просмотров  
CS:GO



**3 500**  
Заявок на  
карты ХКБ





# ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ

KOL



# ЯНДЕКС GO

С 2020 года команда Goose Gaming осуществляет Always-on поддержку бренда Яндекс и сервисов Go.

На территории гейминга представлено большое количество конкурентов Go, поэтому нашей основной задачей стали нестандартные и запоминающиеся интеграции в контент стримеров.

Например, в рамках коллаборации ЯндексЕды, сети Subway и культовой игры World of Tanks мы запустили серию игровых стримов 1x1, где за каждый свой килл стример откусывал сэндвич. В конце стримов инфлюенсеры мерились «длиной своего сэндвича». Параллельно проходила серия кукинг стримов, где участники сами пытались воссоздать сэндвичи Subway быстрее, чем это мог сделать курьер Яндекс Go, а за каждый заказ специального комбо в сервисе пользователи получали внутриигровые подарки от World of Tanks.



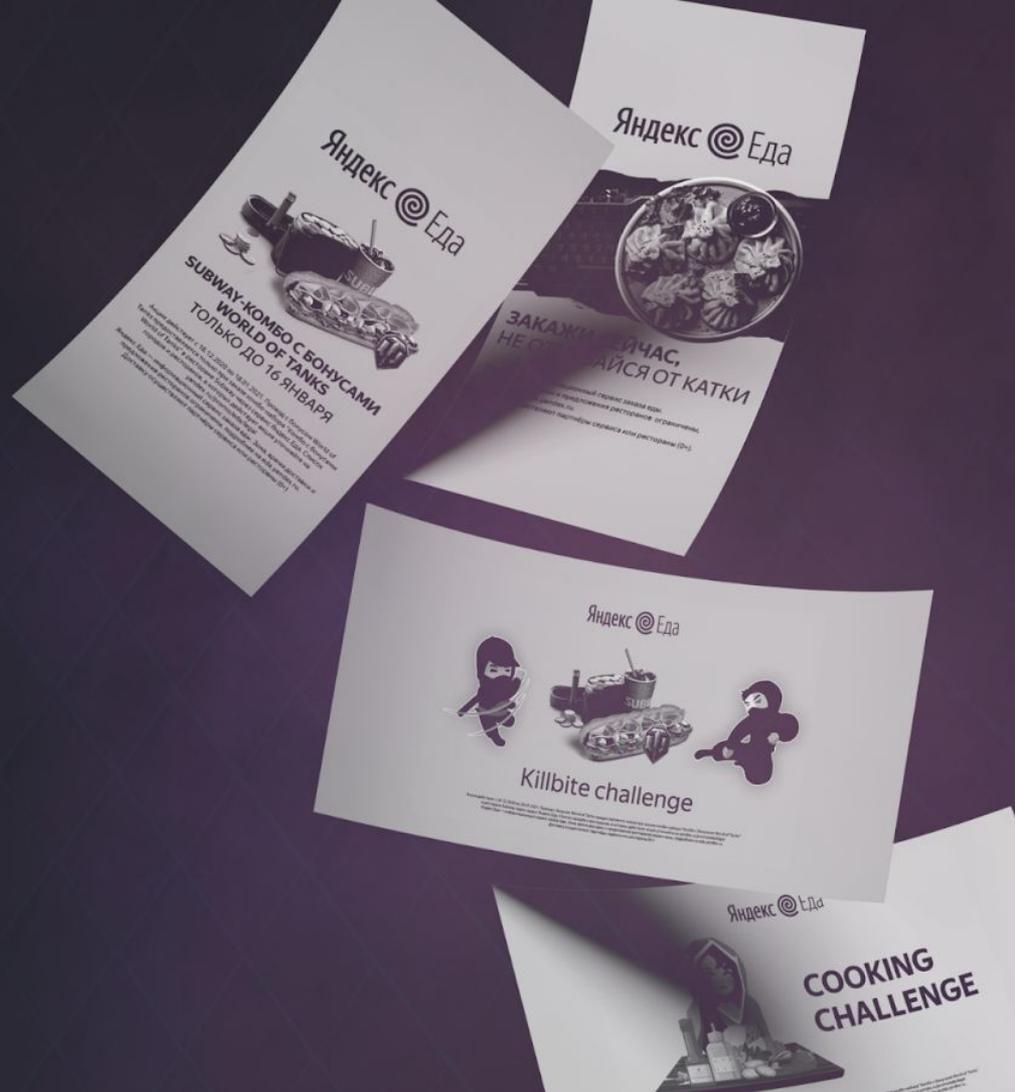
4 500 000  
Просмотров  
на Twitch



5  
Проектов



15  
Стримеров





# FIVE БИТВА ЗА ШМОТ

Мы переосмыслили известную квиз-механику - "Clever", предложив использовать ее прямо в виджете Twitch в рамках федерального промо.

За два месяца самые популярные инфлюенсеры Twitch и YouTube провели серию викторин по играм во время своих стримов.

Зрители могли регистрироваться и участвовать в игре прямо в виджете, не уходя с трансляции. При покупке жвачки FIVE в магазинах ритейлеров зрители получали дополнительную жизнь.

Кампания настолько понравилась зрителям и инфлюенсерам, что некоторые из них просили у агентства виджет для проведения собственных викторин.



47%  
Конверсия



155 000  
Контактов  
собрано



61 000 000  
Просмотров  
материалов





# BURGER KING. TWITCH-COMBO

Наша команда предложила запустить сет для геймеров по привлекательной цене - "Twitch-комбо".

Получить сет можно было только через промо-коды, распространяемые на стримах инфлюенсеров.

Стримеры анонсировали акцию и объявили творческий конкурс среди покупателей комбо, а для автоматизации раздачи промо-кодов мы использовали скрипты для чат-бота.



**!ХОЧУ БУРГЕР**



**4 500 000**  
Просмотров трансляций



**7000**  
Активаций промо-кодов



**10**  
Стримеров



# LOGITECH. GAMING IS SCIENCE

Креативная команда Goose Gaming разработала сообщение “Gaming is science”, которое находилось на территории бренда Logitech и попадало в аудиторный инсайт.

Для донесения сообщения мы разработали интерактивный виджет, рассказывающий аудитории о том, что на самом деле между геймингом и наукой есть много общего.

Параллельно популярные стримеры получили игровые комплекты и опробовали их в прямом эфире. Большинство из них продолжило играть на них даже после окончания кампании.



**15 000 000**

Просмотров  
на Twitch



**6 000 000**

Просмотров  
на YouTube



**1 600 000**

Показов в VK





# КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ В MINECRAFT

Мы разработали концепцию культурного просвещения среди геймингового комьюнити, задачей которой было рассказать геймерам о нашей стране в привычном для них формате.

Для этого мы выбрали самую популярную “строительную” игру в мире - Minecraft - и воссоздали в нем 5 памятников архитектуры России в масштабе 2 к 1.

В течение нескольких недель инфлюенсеры создавали для зрителей новый образовательный формат, проводя виртуальные экскурсии в тандеме с профессиональными экскурсоводами.



**20 000 000**

Просмотров материалов

## Клиент

Институт развития интернета РФ  
при поддержке Администрации  
Президента Российской Федерации





# СБЕРПРАЙМ ПРАЙМ СТРИМЕР

Летом 2021 Сбер зашел на территорию гейминга. Площадкой для взаимодействия стала экосистема СберПрайм.

Мы запустили проект ПраймСтример — интеллектуальное шоу с толикой юмора. В нем приняли участие 16 охватных гейминг-инфлюенсеров.

ПраймСтример проходил в прямом эфире на Twitch, а вместо привычных баллов стримеры боролись за подписки СберПрайм. И разыгрывали их среди своих зрителей. Через особое ПО Twitch - интерактивный виджет - зрители могли в риал-тайм отвечать на вопросы вместе со стримерами и задавать свои.

Между выпусками шоу зрители находились в постоянном взаимодействии с брендом - мы запустили интерактивный оверлей на личных каналах участников. Когда индикатор подписок достигал определенной отметки, в чате разыгрывались призы от Сбера.



**11 000 000**  
Просмотров  
на Twitch



**12 000 000**  
PR-охват



**15 000**  
Зрителей  
участвовало



Goose Gaming: креатив, инфлюенсеры, медиа

# ПРАЙМ СТРИМЕР

## ФИНАЛ

### ИГРОВОЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЕ ШОУ

03.09



## СТРИМУ ДМИТРИЙ\_ЦХХХ



# NIVEA MEN ULTRA SKILL RATE

Совместно с лабораторией когнитивных исследований был разработан нейротест, который выявляет значения работы механизмов мозга. Тест получил web-реализацию при поддержке Nivea Men и Sports.ru.

В рамках промо-кампании, организованной командой Goose Gaming, нейротестирование прошли известные геймеры и профессиональные спортсмены мирового уровня. Каждый посетитель сайта мог пройти тест и сравнить свой Ultra Skill с результатами работы мозга именитых участников кампании.



**28 800**  
Визитов на сайт



**8 000**  
Регистраций



**10 600 000**  
Просмотров  
материалов





**ПРОДАКШН**  
**PROD**



# LENOVO LEGION IGROMIR 2019

Команда Goose Gaming занималась разработкой идеи и застройкой “под ключ” самого крупного стенда на самом знаковом офлайн-мероприятии в России для геймеров - выставке “Игромир”.

На стенде были созданы продуктовая и “киберспортивная” зоны с более чем тридцатью игровыми сетапами, а также выстроена полноценная сцена, где профессиональные комментаторы и инфлюенсеры общались с посетителями.

Бренд анонсировал запуск масштабной программы лояльности “Царь Горы”, и за три дня мероприятия мы собрали огромное количество контактов для последующего ретаргетинга.



**300 м<sup>2</sup>**  
Застройки  
стенда



**183 000**  
Посетителей  
стенда



**27 000**  
Собрано  
контактов





# LENOVO LEGION CYBERTANKS

Наша команда провела еще ряд ивентов, среди которых было масштабное мероприятие на территории «Cyberspace» для сообщества World of Tanks.

Мы пригласили 16 топовых инфлюенсеров, с которыми гости могли пообщаться и сфотографироваться в специальной зоне. А для тех, кто не попал на мероприятие, мы организовали онлайн-трансляцию на канале Jove - самого популярного инфлюенсера World of Tanks.

Завершил мероприятие зрелищный шоу-матч между игровыми селебритами.



**1 800 000**  
Просмотров  
трансляции



**27 000**  
зрителей  
на пике



**2 000**  
Посетителей  
мероприятия





# GORILLA ESPORTS EVENT

Энергетик Gorilla давно представлен на территории боевых искусств. Нашей задачей было сделать бренд узнаваемым среди гейминговой аудитории, результатом чего стал GFC Esports Event - первый в России полноценный файтинг-ивент.

В рамках ивента популярные стримеры, видеоблогеры и про-игроки приехали в Москву для участия в шоу-матчах по UFC 3 (самый популярный в России файтинг). На площадке были организованы автограф-сессии и квесты для посетителей, построена фотозона и многое другое.

Наша бродкастинговая команда организовала онлайн-трансляцию мероприятия на канале одного из самых популярных стримеров СНГ - Bratishnikoff - что позволило существенно увеличить охват GFC Esports Event.



**2 500 000**  
Просмотров  
всего



**1 500 000**  
Просмотров  
трансляции



**185**  
Участников  
квестов





# PUBG NEW STATE

Одна из самых известных мобильных игр в мире выпустила новый мобильный Battle Royale — PUBG New State.

Goose Gaming организовали комплексное сопровождение нового релиза. Команда разработала стратегию продвижения и охватную кампанию. Она включала: размещение интеграций на тематических YouTube-каналах, брендрование в игровых медиа, пре-роллы в онлайн-кинотеатрах и медиа-поддержка инфлюенсеров разных площадок.

Кампания стартовала динамичным роликом, а в честь релиза был организован шоу-матч с топовыми инфлюенсерами Twitch, YouTube, TikTok и Instagram.



**133 000**  
Просмотров  
шоу-матча



**5 000**  
зрителей  
на пике



**728 000**  
Просмотров  
рекламного OLV





# HAVAL CUP

## BUSTER ALL-STAR

Haval в СНГ давно ассоциируется с киберспортом — спонсирует команду Virtus Pro и трансляции больших турниров. Теперь стояла новая задача: закрепиться на территории казуального/соревновательного гейминга.

Для этого мы организовали Haval Cup — турнир по CS:GO на канале Buster с участием топовых стримеров. Бренд стал титульным партнером и предоставил призовой фонд. 3D-модели автомобилей и плакаты Haval появились in-game — прямо на игровой карте.

Для большего вовлечения среди зрителей на Twitch проводился розыгрыш промокодов на игры в Steam.



**2 500 000**

Просмотров трансляции



**5 300 000**

Медиа охват



**3**

Дня шоу-матча





# SMM И КОНТЕНТ

SMM



# LENOVO LEGION VK & YOUTUBE

Основной задачей проекта был рост уровня вовлеченности аудитории сообщества.

Мы полностью изменили подход к ведению комьюнити, поменяв tone of voice, контент и механики вовлечения зрителей.

Одним из ноу-хау стала геймификация комьюнити — пользователи получали баллы за активность в ленте, а лучшие из них получали призы и попадали на динамическую обложку сообщества. Через разработанный нами чат-бот аудитория открывала лут-боксы, участвовала в рейдах на «боссов» сообщества и др.

Также мы еженедельно создавали уникальные видеоролики для канала Lenovo на YouTube.



**5 800 000**  
Просмотров



**+50% ER**  
От года к году



**+153 500**  
Подписчиков





# STEELSERIES SOME



Наша SMM-команда ведёт сообщество одного из брендов-лидеров на рынке девайсов и периферии для геймеров.

Сообщество SteelSeries выделяется не только своим визуальным стилем, но и активным ситуативным маркетингом: бренд обыгрывает все новостные инфоповоды из индустрии гейминга и киберспорта и регулярно залетает в комментарии к другим брендам, а коллаборации с игровыми издателями позволили нам обеспечить прирост подписчиков и узнаваемость группы.

За 4 месяца ведения сообщества нам удалось достичь стабильного роста всех показателей без затрат на медийную рекламу.



**+58%**  
Средний охват  
за 4 месяца



**+18 000**  
Подписчиков  
за 4 месяца



**+57%**  
Уникальных  
посетителей





# GAMING COMMUNITY LENOVO LEGION

В конце 2021 года Lenovo Legion решили расширить свое гейминговое комьюнити на территорию России.

Команда Goose Gaming организовала яркую кампанию по привлечению новых пользователей на хаб комьюнити. Про комьюнити рассказали крупные стримеры на своих каналах и в соцсетях.

А на хабе мы провели UGC-конкурс. Участникам нужно было рассказать, как гейминг повлиял на их жизни. Мы получили невероятный отклик от аудитории: участники писали стихи и картины о бренде, пекли торты с лого Lenovo Legion и делились целыми историями своих жизней.

Победитель получил флагманский ноутбук - Lenovo Legion 5 Pro.



**7 900 000**  
Просмотров  
трансляций



**69 000**  
Просмотров  
поста на хабе



**860**  
Участников





# IT-РЕШЕНИЯ





DOTA 2

WORLD OF TANKS

CS GO

20 000

20 000

20 000

26 000

ТРИПЫ ВРАГОВ ПОСТУПАЮТ С ЗАДЕЖКОЙ ДО 10 МИНУТ

НАВЕЯ ПЛИНИИМ 1 000 КИЛЛОВ И ВОЗВРАЩАЕШСЯ

СКИДКА: 500₽

ВСЕГО ФРАГОВ: 26 000 — ДОСТУПНО ФРАГОВ: 9 000

Обменяй киллы на скидку и спланируй свои победы до 50% цены при покупке любой техники Lenovo Legion, каждые 1 000 киллов — 500 рублей. Еще никогда враги не проигрывали столько пользы, а?

ПОЛУЧИТЬ ПРОМОКОД

## МОИ НАГРАДЫ

Будь лучшим: собери все значки прошив и получи специальный приз.



ВСЕ



Я никогда не выйду!  
проиграв в битву в 10 раз  
и проиграв



Время вечеринки!  
собирай больше  
и больше



Планист  
убивай противника  
любой снарядом



Небесный почтальон  
не проигрывай

# LENOVO LEGION ЦАРЬ ГОРЫ

Уже больше 2 лет Goose Gaming является основным партнером Lenovo в России и отвечает за продвижение продуктовой линейки Lenovo Legion.

Один из ключевых элементов нашей двухлетней стратегии стала федеральная программа лояльности - Царь Горы.

Все убитые пользователем противники в игре трансформируются в валюту площадки - «киллы», которые геймеры могут обменять на скидку на технику Lenovo Legion, покупку игр или скидки от партнеров.



800 000  
Контактов с  
брендом



41 000  
Регистраций  
в программе



23 000  
Переходов на  
сайт вендора





Lenovo Legion Y740

Lenovo Legion Y740

Lenovo Legion Y740

Lenovo Legion Y740



Уникальная виртуальная гора в World of Tanks будет появляться в твоих горных достижениях.

Если новые горы не добываются, покажи 30 минут в любимой дисциплине.

Все игроки в KILLBACK будут получать в свою гору персонализацию. Но ты сможешь получить больше, если будешь чаще добывать горы. Чем больше ты будешь добывать горы, тем больше будет персонализация твоей горы.

# LENOVO LEGION ЦАРЬ ГОРЫ

У каждого участника Царя Горы есть персонализированный профиль на сайте Lenovo Legion, где отображаются все достижения, награды, уникальные предложения и скидки. Сам профиль представлен в виде анимированной горы со всеми побежденными противниками в выбранной игре.

1

Пользователь регистрируется в программе лояльности через игровой аккаунт

41 000 зарегистрированных участников программы

2

На продуктовой странице создается его персонализированный профиль

Топ-3 игрока в каждой дисциплине получают еженедельные призы

3

В профиле отображается анимированная гора со всеми побежденными противниками

Personal Touch от бренда для каждого участника

4

Киллы в этих играх пользователь может обменять на продукцию бренда или другие игры

Формирование preference у участников программы лояльности



# AXE. COLLISION

На протяжении нескольких лет сотрудничества с AXE мы разрабатываем оригинальные решения по взаимодействию с геймерами, и одна из наших задач - каждый год выводить взаимодействие с ЦА на новый уровень.

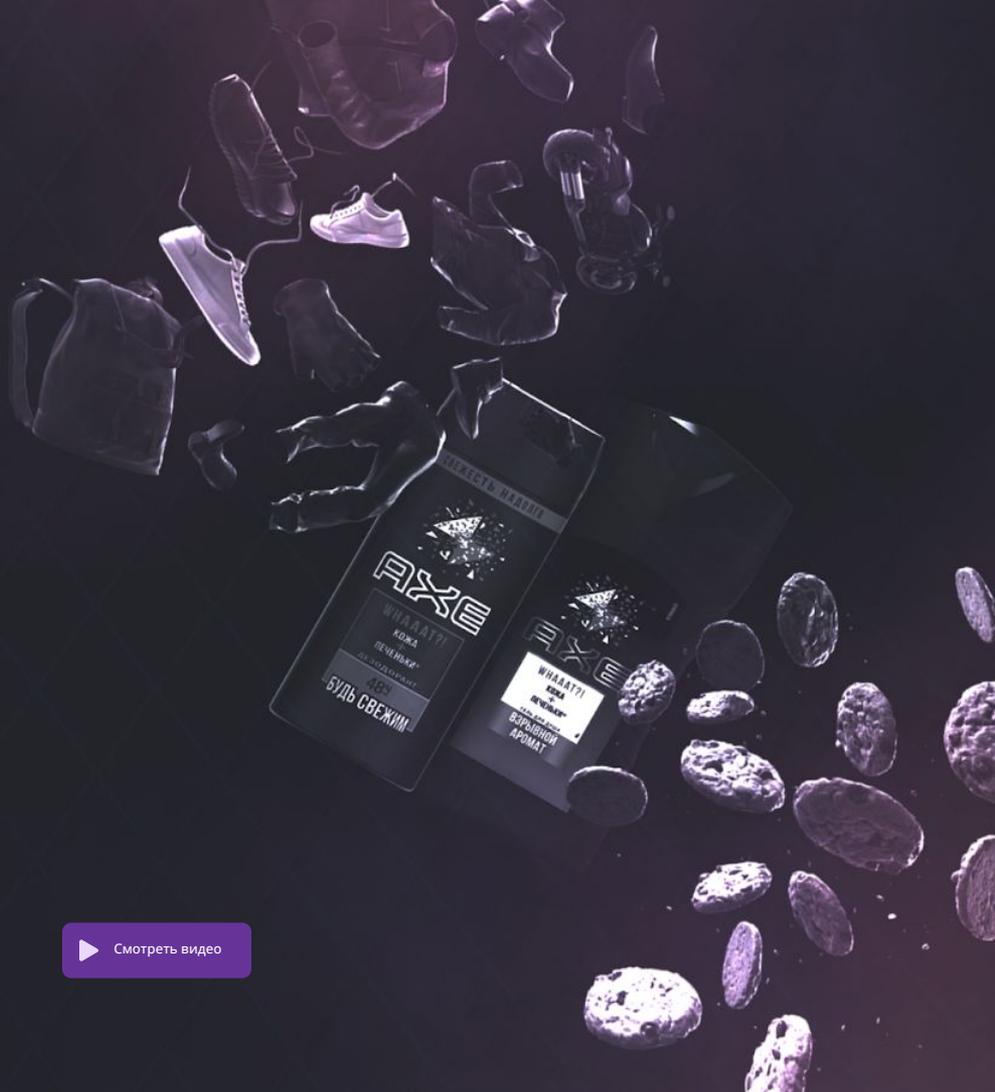
В 2020 году мы столкнули аудиторию стримеров друг с другом:

Мы разработали первую в мире real-time игру-виджет, где прямо на стриме зрители могли сразиться друг с другом в классическом файтинге Mortal Kombat со стримерами в главной роли. А для того, чтобы получить доступ к секретным персонажам, геймеры должны были поделиться своими персональными данными.

Параллельно с этим мы провели турнир по Heroes of Might and Magic III, где аудитория с помощью виджета определяла ключевые ходы стримера. По сути это стал не турнир между стримерами, а противостояние их комьюнити. Для доступа к виджету зрители также должны были оставить свои персональные данные.

Результаты кампании превзошли наши ожидания, а бренд Axe в очередной раз стал пионером инновационных кампаний в гейминге.

 Смотреть видео





# AXE. COLLISION COMBAT

ПУТЬ  
ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

1

Зрители регистрируются  
в игре во время  
трансляции на Twitch



Геймифицированный сбор  
контактов участников

2

Выбирают бойца  
внутри виджета



Полноценная игра-  
файтинг в окне стрима  
с участниками трансляции  
в виде бойцов

3

Сражаются друг с другом  
во время стрима

4

Рейтинг победителей  
отображается в виджете





# AXE. COLLISION HEROES

ПУТЬ  
ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

1

Зрители регистрируются  
в виджете во время  
трансляции турнира



Геймифицированный сбор  
контактов участников

2

Голосуют за следующее  
ключевое действие  
выбранного стримера  
внутри виджета

3

Стример выполняет  
действие, набравшее  
максимальное  
количество голосов

4

Каждый участник турнира  
совершенно непредсказуем  
для своих оппонентов



Полноценное соревнование  
между комьюнити стримеров





# LG. УЛЬТРАЖИРНЫЙ МОМЕНТ ⚡⚡⚡⚡⚡⚡⚡



Линейка UltraGear хорошо знакома аудитории и в народе называется “Ультражир”, а само слово “жир” используется геймерами как характеристика классного хайлайта.

При этом основная проблема при просмотре стримов инфлюенсеров - невозможность увидеть хайлайты в реальном времени ввиду отсутствия режиссуры. Как правило, это делается аудиторией с помощью клипов, которые впоследствии разлетаются в комьюнити.

Наша команда придумала “Ультражирометр” - виджет, который автоматически запускал хайлайты в реальном времени в зависимости от активности аудитории в чате.



8 000 000  
Просмотров



20 000  
Кликов



> 100  
Хайлайтов

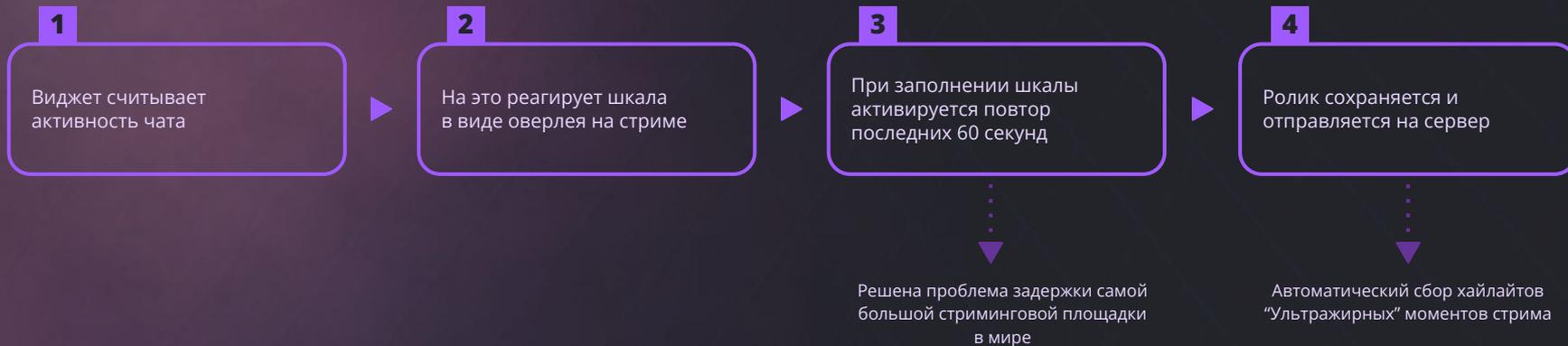




# LG. УЛЬТРАЖИРНЫЙ МОМЕНТ

ПУТЬ  
ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

Лучшие хайлайты публиковались в социальных сетях LG, а среди аудитории стримера, набравшего наибольшее количество голосов, мы разыгрывали мониторы LG.



**ДАЛЬШЕ – БОЛЬШЕ!**

[HELLO@GOOSE.GG](mailto:HELLO@GOOSE.GG)

