



# 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  
flamie  
Perfecto

W  
E  
S  
T  
O  
K  
N  
Z  
I  
T  
X  
N  
A  
V  
I

# 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 (срт или срв)



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**

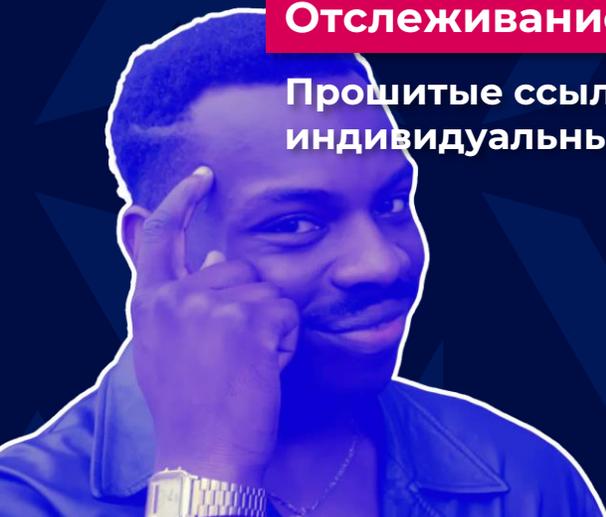
Форматы вариативны и неограниченны по количеству – герой заинтересован в большем количестве упоминаний.

**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