



КИБЕРСПОРТ

▶ НОВАЯ ИНДУСТРИЯ РАЗВЛЕЧЕНИЙ



**Киберспорт – новая популярная индустрия среди молодежи**

**Доступна всем, каждый так или иначе может прикоснуться к соревновательной части, даже люди с частично ограниченными способностями**

**Объединяет сотни тысяч игроков и фанатов на разных концах земного шара**

**Развивается вместе с новыми технологиями, идет в ногу со временем (VR, новые девайсы)**

# КИБЕРСПОРТ - ПРОГРЕССИВНАЯ ИНДУСТРИЯ РАЗВЛЕЧЕНИЙ

Киберспорт – это соревнования по компьютерным играм, которые привлекают миллионы зрителей во всем мире

*Киберспорт по популярности сравнивается с классическими видами спорта*

*14,7 миллионов людей одновременно смотрели финал чемпионата мира по League of Legends в 2017 году, а общее количество зрителей превысило 108 миллионов*

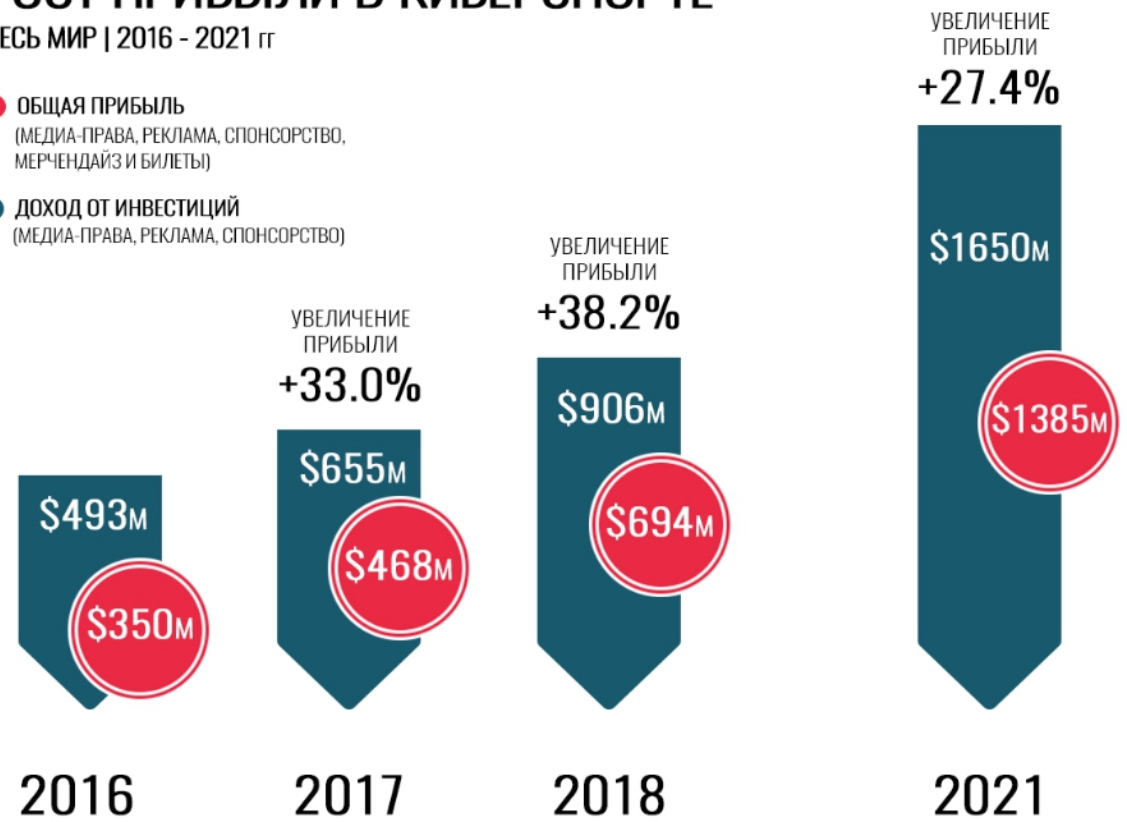


# ДОХОДЫ КИБЕРСПОРТА

## РОСТ ПРИБЫЛИ В КИБЕРСПОРТЕ

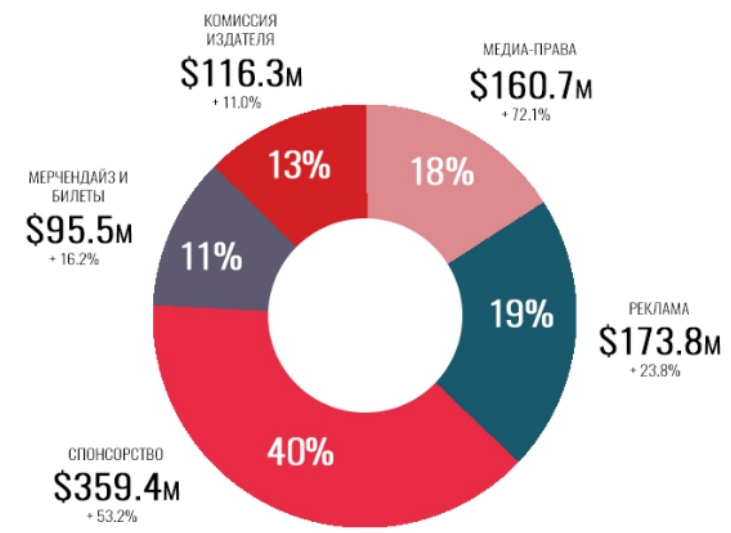
ВСЕЬ МИР | 2016 - 2021 гг

- **ОБЩАЯ ПРИБЫЛЬ**  
(МЕДИА-ПРАВА, РЕКЛАМА, СПОНСОРСТВО, МЕРЧЕНДАЙЗ И БИЛЕТЫ)
- **ДОХОД ОТ ИНВЕСТИЦИЙ**  
(МЕДИА-ПРАВА, РЕКЛАМА, СПОНСОРСТВО)



## ИСТОЧНИКИ ДОХОДА В КИБЕРСПОРТЕ

ВСЕЬ МИР | 2018 год



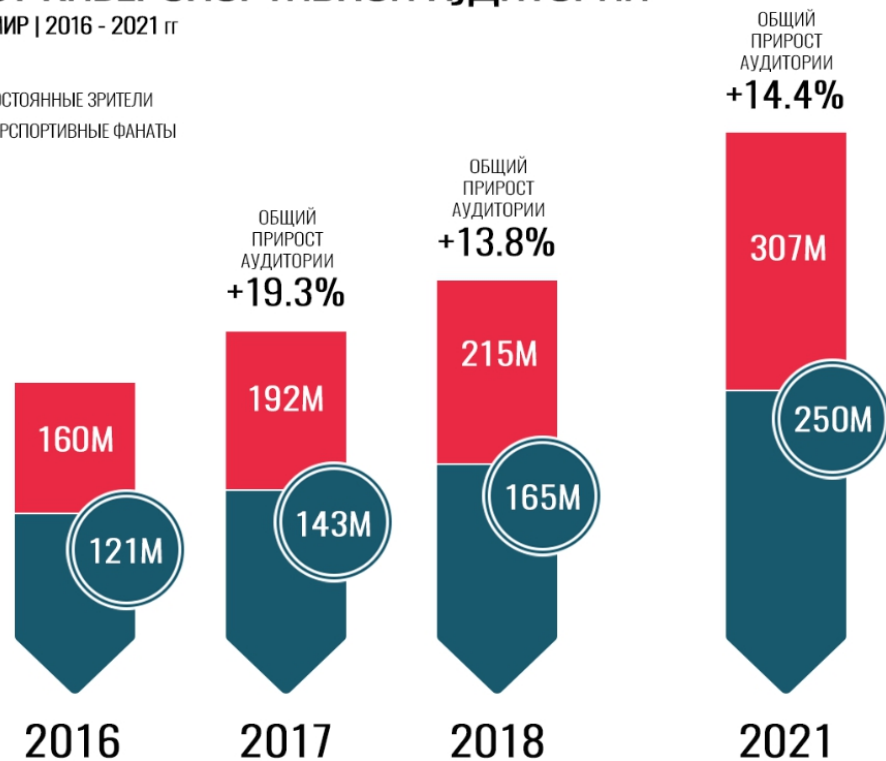
Объем денежных призовых в разных дисциплинах варьируется от **3 до 50 миллионов долларов**

# КИБЕРСПОРТИВНАЯ АУДИТОРИЯ

## РОСТ КИБЕРСПОРТИВНОЙ АУДИТОРИИ

ВСЬМЬ МИР | 2016 - 2021 гг

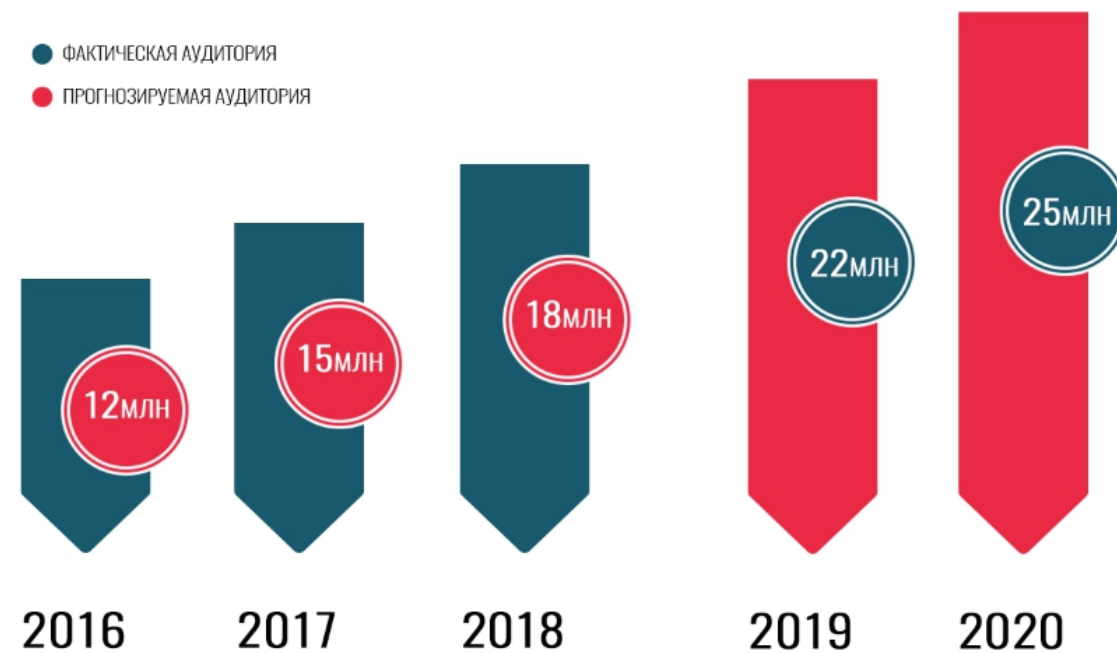
- НЕПОСТОЯННЫЕ ЗРИТЕЛИ
- КИБЕРСПОРТИВНЫЕ ФАНАТЫ



## РОСТ КИБЕРСПОРТИВНОЙ АУДИТОРИИ

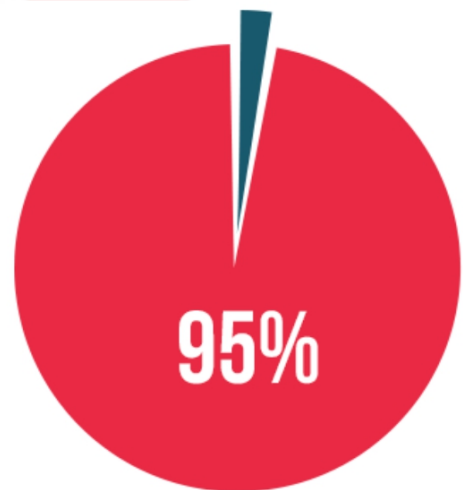
СНГ | 2016 - 2020 гг

- ФАКТИЧЕСКАЯ АУДИТОРИЯ
- ПРОГНОЗИРУЕМАЯ АУДИТОРИЯ



Объем вовлеченной аудитории превысит **500 миллионов человек** до 2020 года по данным агентства **Newzoo**

# КИБЕРСПОРТИВНАЯ АУДИТОРИЯ СНГ



МУЖЧИНЫ  
95%



КИБЕРСПОРТ –  
РАЗВЛЕЧЕНИЕ  
МОЛОДЕЖИ, ГДЕ 54%  
АУДИТОРИИ – ЭТО МОЛОДЫЕ  
ЛЮДИ В ВОЗРАСТЕ 14-27 ЛЕТ

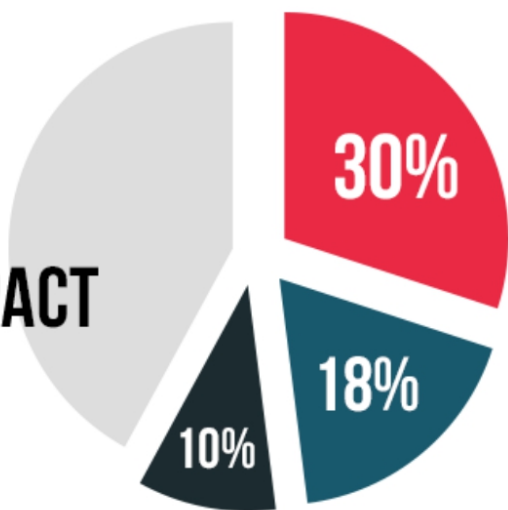
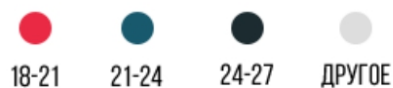


К ЭТОЙ ВОЗРАСТНОЙ ГРУППЕ  
ОЧЕНЬ СЛОЖНО ПОЛУЧИТЬ  
ДОСТУП ЧЕРЕЗ  
«ТРАДИЦИОННЫЕ»  
РЕКЛАМНЫЕ КАНАЛЫ



ОНИ ПРАКТИЧЕСКИ НЕ СМОТРЯТ  
ТЕЛЕВИЗОР, НЕ СЛУШАЮТ  
РАДИО И НЕ ЧИТАЮТ ГАЗЕТ -  
ОНИ СМОТРЯТ СТРИМЫ И  
СИДЯТ В СОЦ. СЕТЯХ

18-21 САМЫЙ  
ПОПУЛЯРНЫЙ ВОЗРАСТ



1/3 УЧАТСЯ В ВУЗАХ  
И СКОРО СТАНУТ МОЛОДЫМИ  
СПЕЦИАЛИСТАМИ

УЖЕ ЯВЛЯЮТСЯ  
СПЕЦИАЛИСТАМИ 1/4

# ЯДРО ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ - ОСОБЕННОСТИ

«Традиционные» рекламные каналы не работают



Они практически не смотрят телевизор, не слушают радио и не читают газет



Они всегда онлайн: 86% в течение дня постоянно пользуются смартфоном

52% используют YouTube или социальные сети для учебы.



55% - предпочитают покупать книги, электронику и одежду в интернете

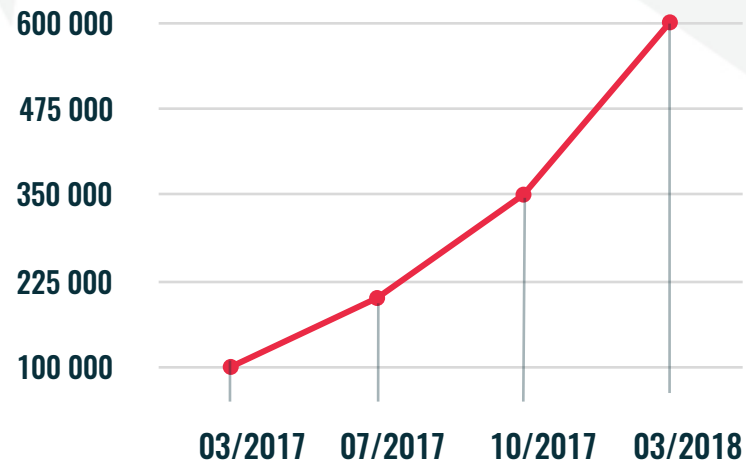


Только 50% используют наличные. 37% используют карты и 13% используют электронные деньги

# О КИБЕРСПОРТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ М19



**STRONGBOW**  
INVESTMENTS



*Сильный партнер: Российско-Сингапурский холдинг*

*М19 - это самое быстрорастущее киберспортивное сообщество в СНГ*

*В штате более 25 человек, из которых 12 - отдел маркетинга (СНГ / международный маркетинг: Бразилия / Китай)*



*Пресса о нас*



КИБЕРСПОРТ@mail.ru



# M19 TEAM



*Как мы к этому пришли*



# КАК МЫ ПЛАНИРОВАЛИ РАЗВИВАТЬСЯ



Мы думали, что подпишем топ-8 команду мира...



...к нам выстроится очередь из спонсоров...



Успех!



# ФАКТИЧЕСКИЙ ПУТЬ УСПЕХА



*Подписываем команду, но  
сталкиваемся с низким  
интересом к киберспортивным  
командам со стороны  
спонсоров*



# ФАКТИЧЕСКИЙ ПУТЬ УСПЕХА



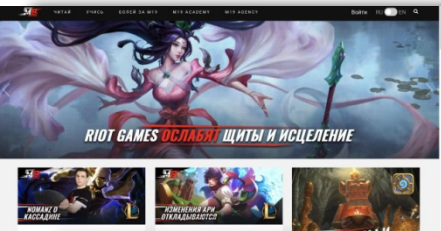
Принимаем решение развивать  
киберспортивный блок и  
давать возможность простым  
людям быть близкими к  
киберспорту



# ФАКТИЧЕСКИЙ ПУТЬ УСПЕХА

Наращиваем экспертизу в киберспорте и  
разрабатываем гейминговые продукты

## КИБЕРСПОРТИВНЫЕ B2C ПРОДУКТЫ:



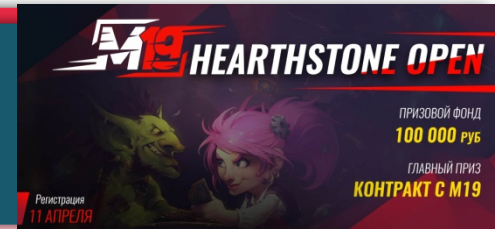
Обучающий контент



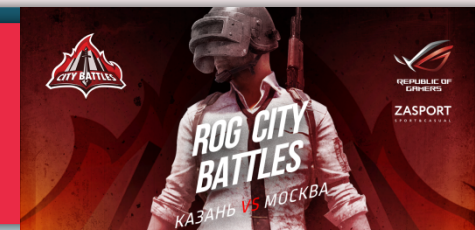
Киберспортивная онлайн  
школа

## КИБЕРСПОРТИВНЫЕ B2B ПРОДУКТЫ:

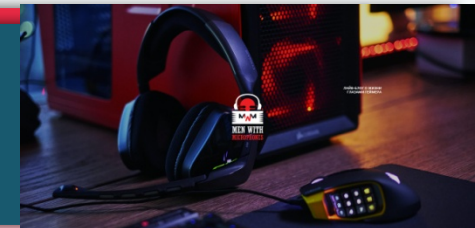
Серия любительских  
турниров



White label турниры для  
спонсоров



YouTube - шоу Men With  
Microphones



# ДЕЛАЕМ ПРОДУКТЫ НА СТЫКЕ

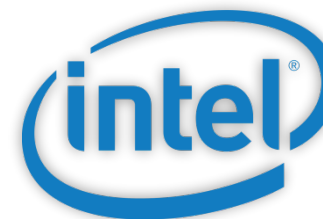


# НАШИ ПАРТНЕРЫ

## Стратегические партнеры



## Партнеры



# ПОЧЕМУ ПОМЕНЯЛСЯ КОММЕРЧЕСКИЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ?

*Из-за чего спонсоры с недоверием относятся к киберспорту?*

*Нет гарантий выполнения KPI, спортивные результаты непредсказуемы*

*Блогеры и стримеры более медийны, так как спортсмены уделяют больше времени тренировкам*

*Непрозрачная отчетность при расчете ROI*



# ФАНАТЫ КИБЕРСПОРТА И ГЕЙМЕРЫ

*Что такое киберспортивная  
аудитория  
И чем она отличается от  
геймеров*



# ЗАБЛУЖДЕНИЯ

*Как выглядят геймеры и фанаты киберспорта, по мнению маркетологов*



*Как зарабатывают геймеры и фанаты киберспорта, по мнению маркетологов*



**Мам, дай денег!**



## ЧЕТВЕРТЬ НАСЕЛЕНИЯ ПЛАНЕТЫ

ТАК ИЛИ ИНАЧЕ ИГРАЕТ В МОБИЛЬНЫЕ  
ИЛИ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ

# КАК НА САМОМ ДЕЛЕ

---

## КАК ЛЮДИ ПРЕДСТАВЛЯЮТ ГЕЙМЕРОВ



ШКОЛЬНИКИ  
**ДО 18**

## КТО ОНИ НА САМОМ ДЕЛЕ

МОЛОДЫЕ  
СПЕЦИАЛИСТЫ  
**21-25**



# СРАВНЕНИЕ ГЕЙМЕРОВ И ФАНАТОВ КИБЕРСПОРТА

РАЗМЕР  
АУДИТОРИИ

ОБЩИЙ  
ОБЪЁМ РЫНКА

НА ЧТО  
ТРАТЯТ ДЕНЬГИ

К КОМУ  
ПРИСЛУШИВАЮТСЯ

ГДЕ СМОТРЯТ  
ТРАНСЛЯЦИИ

ЧЕМ  
ИНТЕРЕСУЮТСЯ



ГЕЙМЕРЫ

2.2  
млрд.

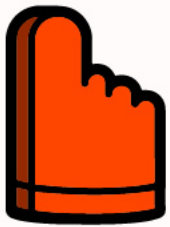
\$109.8  
млрд.

Новые игры  
ПК  
Приставки  
Смартфоны  
Внутриигровые покупки

Видеоблогеры /  
Летсплейщики



Футбол / Музыка / Фильмы /  
Аниме / Занятия спортом



ФАНАТЫ  
КИБЕРСПОРТА

191  
млн.

\$696  
млн.

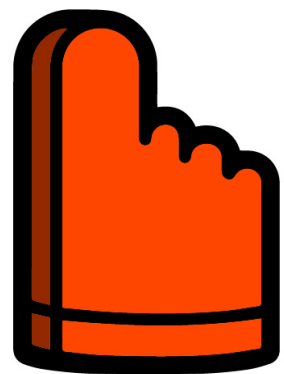
Игровое оборудование  
Атрибутика команд  
Виртуальные билеты  
Внутриигровые покупки

Профессиональные игроки /  
Комментаторы турниров /  
Стримеры



Футбол / Музыка / Фильмы /  
Аниме / Занятия спортом

# ВАЖНЫЙ ФАКТ О ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ



80%

**ФАНАТОВ КИБЕРСПОРТА**

ХОТЕЛИ БЫ СЫГРАТЬ ЛЮБИТЕЛЬСКИЙ  
ТУРНИР ПО ИХ ИГРЕ



50%

**ГЕЙМЕРОВ**

ХОТЕЛИ БЫ СЫГРАТЬ ЛЮБИТЕЛЬСКИЙ  
ТУРНИР ПО ИХ ИГРЕ

# ДИСЦИПЛИНЫ И АУДИТОРИИ

*Какие сходства и различия у фанатов разных дисциплин*



# РАЗЛИЧИЯ АУДИТОРИИ

## РАЗЛИЧИЕ АУДИТОРИИ МОБА И ШУТЕРОВ



МОЛОЖЕ

БОЛЬШЕ СВОБОДНОГО ВРЕМЕНИ

МЕНЬШЕ ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В КИБЕРСПОРТ

МЕНЬШЕ ДЕНЕГ

СТАРШЕ

НЕ МЕНЬШЕ СВОБОДНОГО ВРЕМЕНИ

БОЛЬШЕ ВОВЛЕЧЕННОСТЬ В КИБЕРСПОРТ

БОЛЬШЕ ДЕНЕГ

БОЛЬШЕ ТРЕБОВАНИЙ К КАЧЕСТВУ ПРОДУКТА



Какие дисциплины знают маркетологи

MOBA 

DEFENSE OF THE  
ANCIENTS

 ШУТЕРЫ

COUNTER STRIKE™  
SOURCE™

## ЭВОЛЮЦИЯ ИНТЕРЕСОВ ФАНАТОВ КИБЕРСПОРТА

STARCRRAFT

COUNTER STRIKE

DEFENSE OF THE ANCIENTS



CS GO

DOTA 2

# КАК НА САМОМ ДЕЛЕ

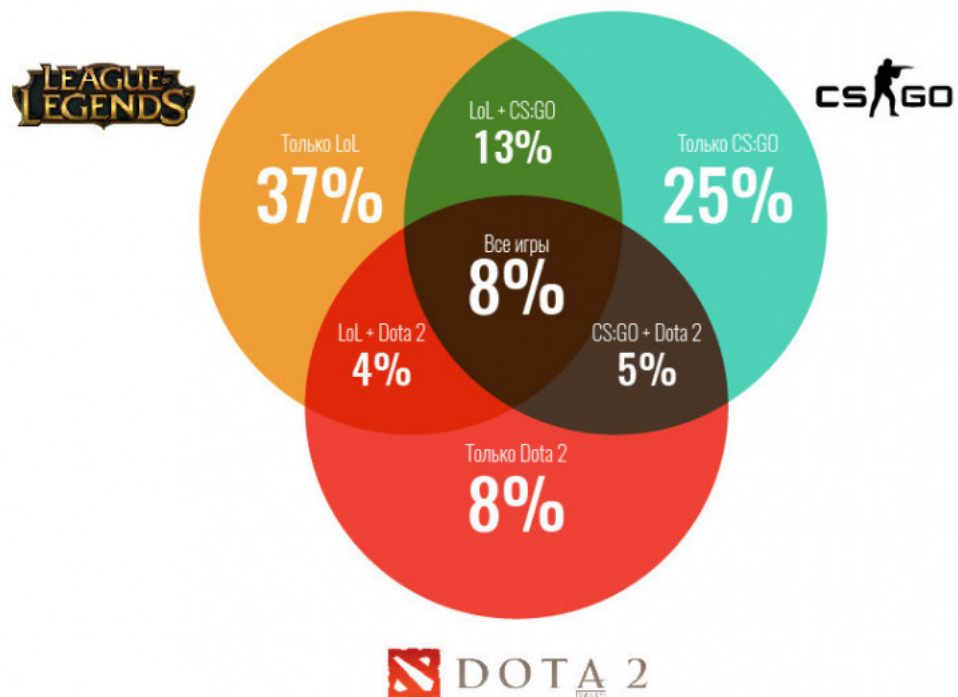
Эти игры уже перегнали по популярности своих предшественников



# ПЕРЕСЕЧЕНИЕ АУДИТОРИЙ

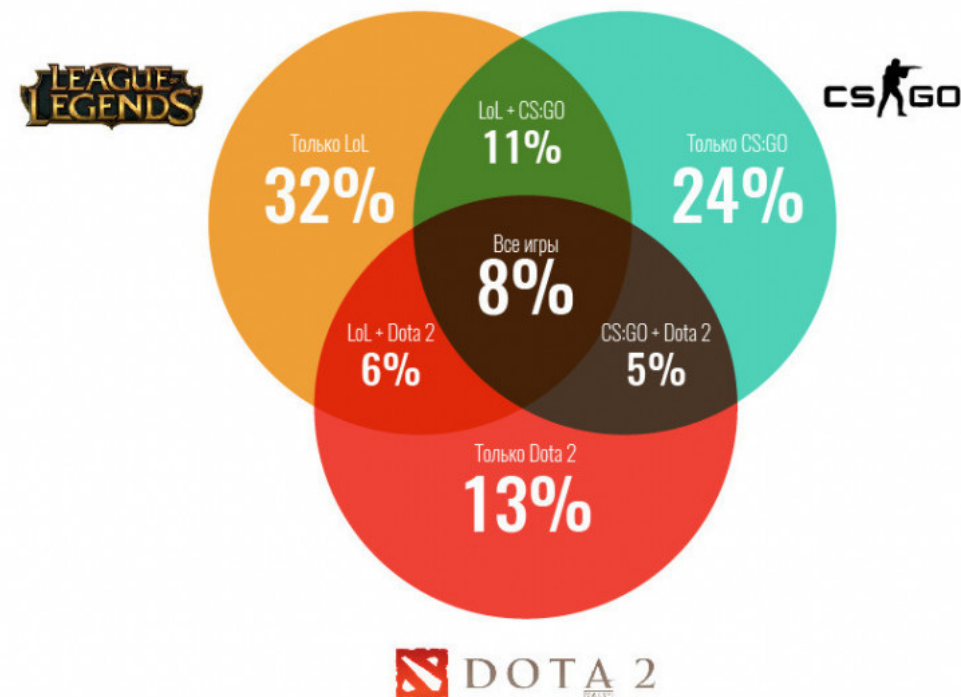
## ПОКРЫТИЕ ЗРИТЕЛЕЙ

Зрители: 70% смотрят только одну дисциплину



## ПОКРЫТИЕ ИГРОКОВ

Геймеры: 69% играют только в одну дисциплину



# ИНТЕГРАЦИЯ БРЕНДОВ В КИБЕРСПОРТ

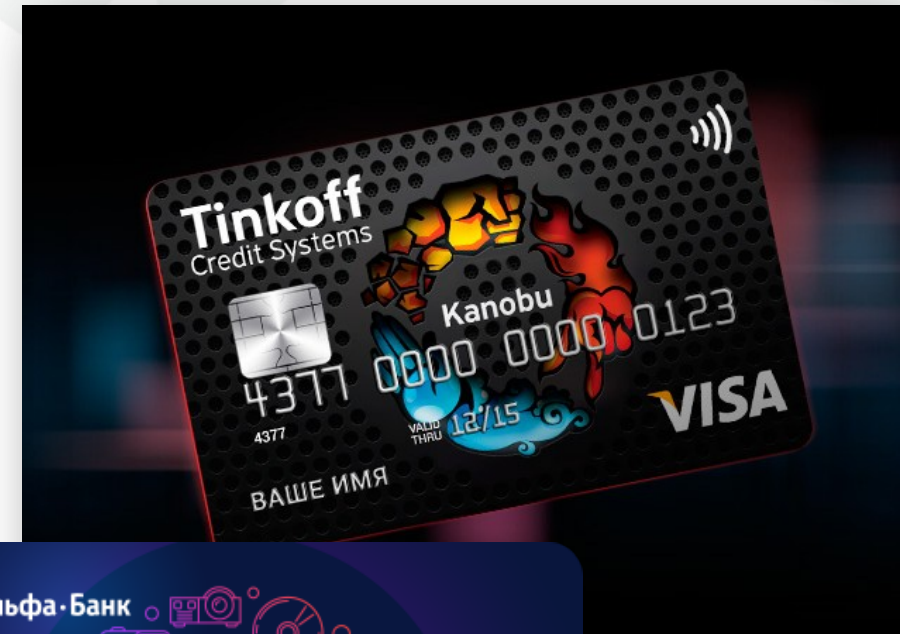
Каким категориям брендов релевантен киберспорт



# ИНТЕГРАЦИЯ БРЕНДОВ В КИБЕРСПОРТ

## Банки

Например, Тинькофф Банк и Альфа-Банк — оба выпустили специальные дебетовые карты для геймеров, дающие скидки в игровых



# ИНТЕГРАЦИЯ БРЕНДОВ В КИБЕРСПОРТ



*Интернет-провайдеры*

**Большие возможности для интеграции услуг интернет-провайдеров. Киберспорт-аудитория берет самые большие пакеты интернета**

# ИНТЕГРАЦИЯ БРЕНДОВ В КИБЕРСПОРТ

*Телеком (мобильный)*

**Мобильный киберспорт растет на тысячи процентов  
в год и его аудитория очень ценит высокую  
скорость**





# ИНТЕГРАЦИЯ БРЕНДОВ В КИБЕРСПОРТ

## Фастфуд



Производители чипсов, энергетических напитков, пиццы и иного фастфуда отлично вписываются в киберспорт - часто геймерам не хочется готовить еду, т. к. это занимает время, которое можно потратить на игру.

# ИНТЕГРАЦИЯ БРЕНДОВ В КИБЕРСПОРТ

*Производители ПК и  
компонентов*

Геймеры - основные потребители современных и мощных ПК, а так же различных аксессуаров к ним



Более подробно о фанатах киберспорта и геймерам читайте в наших статьях

27 марта, 16:00 1892 0

## Геймеры или киберспортсмены? Отличия есть, и маркетологи должны их знать

### Чем различаются и в чём похожи фанаты разных киберспортивных игр

Ёмкая сводка с киберспортивных полей от Юрия Бунина из команды M19: «Я расскажу об отличиях фанатов разных дисциплин и помогу выбрать аудиторию для продвижения своей продукции».

Юрий Бунин, Киберспортивная организация M19

Поделиться 7 Поделиться



Ссылка

Геймера от киберспортсмена? И зачем это знать объясняет Юрий Бунин, коммерческий директор организации M19.

Киберспортивная организация M19

Поделиться 1



Ссылка



**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**



Юрий Бунин  
Коммерческий директор  
телефон: +7 985 428 02 30  
e-mail: [bunin@m19.team](mailto:bunin@m19.team)