

Стратегии продвижения

Маркетинговые коммуникации как средства продвижения онлайн-игр

1) ATL

- реклама на телевидении
- в печатных СМИ,
- на радио,
- в Интернете,
- наружная реклама.

Цель: построить бренд компании, создать легенду, построить ассоциации.

2) BTL

- партизанский маркетинг,
- формы стимулирования сбыта,
- прямой маркетинг,
- специальные мероприятия.

Цель: воплощение характера бренда, привлечение узких целевых групп клиентов.

3) TTL

BTL+ATL внутри одной кампании

Каналы продвижения игр по теории Галёнкина

Собственные



Купленные



Заслуженные



Маркетинговые коммуникации как средства продвижения онлайн-игр

1)ATL

- реклама на телевидении
- в печатных СМИ,
- на радио,
- в Интернете,
- наружная реклама.

Цель: построить бренд компании, создать легенду, построить ассоциации.

2)BTL

- партизанский маркетинг,
- формы стимулирования сбыта,
- прямой маркетинг,
- специальные мероприятия.

Цель: воплощение характера бренда, привлечение узких целевых групп клиентов.

3)TTL

BTL+ATL внутри одной кампании



Каналы продвижения игр по теории Галёнкина

Собственные

Купленные

MMORPG

MMOFPS, MMOAct+Sim

Событийный маркетинг

Продвижение в Интернете

Выявление возможностей

Реклама в Интернете и на сервисах цифрового распространения товаров

Сервисы цифрового распространения

Реклама на тематических сайтах и в поисковых системах

Заслуженные

Неофициальный форум как уникальный инструмент

Стримы и обзоры игроков

Стримы от Dendi

MMORPG

Уникальная медиапродукция

В MMORPG-играх создание дополнительной, не задействованной в игре медиапродукции не считается обязательным этапом продвижения игры. В 2014 году корпорация Valve, создатель игры Dota 2, издала **полнометражный документальный фильм** «Game to Play», переведенный на русский как «Бесплатная игра». Фильм распространяется бесплатно.

- Задачи фильма:**
- популяризировать игру Dota 2,
 - продемонстрировать потенциальным игрокам интерфейс игры,
 - визуально уменьшить дистанцию между рядовым игроком и профессиональным геймером, зарабатывающим до двухсот тысяч долларов за один турнир.



Событийный маркетинг

Это особо популярная стратегия продвижения у игр жанра MMORPG и MMOFPS, поэтому часто проводятся смешанные киберспортивные турниры, посвященные сразу нескольким игровым жанрам.

Официальный международный кибертурнир Dota 2, в 2011 призовой фонд 1,6 млн долларов, в 2014 - 6,5 млн долларов. Деньги собираются за счет спонсорства, влияния игроков и создателя игры.

Наиболее дружелюбный для новичков киберспортивный турнир, в котором может участвовать каждый. Подобно футболу имеет 4 дивизиона: Star, Pro, Semi и Amateur.



Чемпионат для стран СНГ, призовой фонд 2013 года - 86 тыс. долларов. Всего 4 дисциплины: Dota 2, Point Blank, Counter Strike и League of Legends.



Переиздание и создание дополнительных материалов к игре

Достаточно распространенной стратегией продвижения и возврата аудитории онлайн-игр является переиздание или создание дополнений.

Например, за время существования игры WoW вышло **4 дополнения и еще одно находится в разработке**:

- Burning Crusade - (16 января 2007 года) были добавлены Эльдары и Эльфы Крова и новый континент Запределье, максимальный уровень стал 70 мм.
- Wrath of the Lich King - (13 ноября 2008 года) были добавлены новый класс Рыцарь, Смерть и новый континент Нордлод, максимальный уровень стал 80 мм.
- Cataclysm - (7 декабря 2010 года) были добавлены Воргены и Гоблины, 5 новых локаций, максимальный уровень стал 85 мм.
- Mists of Pandaria - (25 сентября 2012 года) была добавлена локация Пандария, новая раса Пандарены, максимальный уровень стал 90 мм.
- Warlords of Draenor - (Осень 2014) будет добавлена новая локация Драenor, максимальный уровень станет 100 мм.

Особенности стратегии:

- Направлена на игроков-фанатов
- Требуется покупка игры и всех предыдущих аддонов
- Присутствует система скиндов при покупке коллекционных изданий



Продвижение в Интернете

Почти все игры не в зависимости от размера и жанра имеют свою официальную страничку в социальных сетях: Вконтакте, Facebook, на видеохостинге Youtube.



Уникальная медиапродукция

Компания Blizzard Entertainment, выпустившая игру World of Warcraft, сняла уникальную рекламу с участием всемирно известных актеров. В 2011 году были сняты также рекламные ролики на: «Алан Харрис-робот», «Жан-Клод Ван Дамме-маг», «Ваше Шаттер-шаман», «Сиси Оберманн-Таме».

- Задачи рекламы:**
- Популяризировать игру WoW.
 - Подчеркнуть статусность игры.
 - Запустить рекламный "вирус".



Это особо популярная стратегия продвижения у игр жанра MMORPG и MMOFPS, поэтому часто проводятся смешанные киберспортивные турниры, посвященные сразу нескольким играм разных жанров.

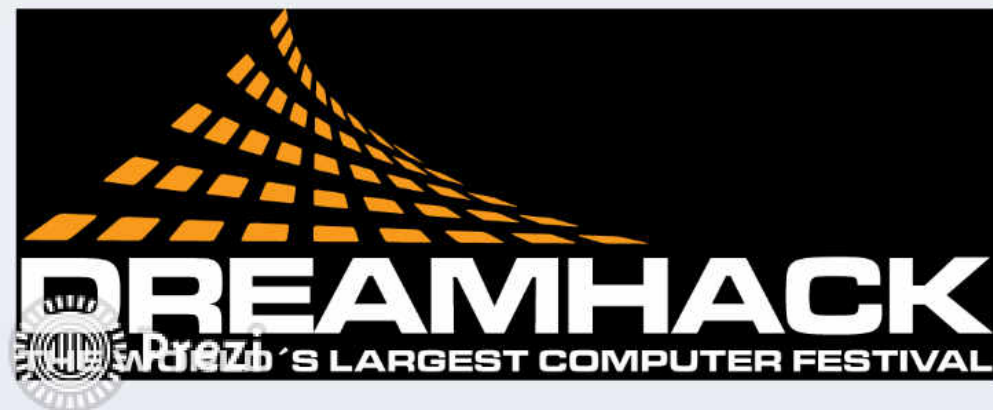
Официальный международный кибертурнир Dota 2, в 2011 призовой фонд 1,6 млн долларов, в 2014- 8,5 млн долларов. Деньги собираются за счет компендиума, вливания спонсоров и создателя игры.



Наиболее дружелюбный для новичков киберспортивный турнир, в котором может поучаствовать каждый. Подобно футболу имеет 4 дивизиона: Star, Pro, Semi и Amateur.



Чемпионат для стран СНГ, призовой фонд 2013года- 86 тыс.долларов. Всего 4 дисциплины: Dota 2, Point Blank, Counter Strike и League of Legends.



В MMORPG-играх создание дополнительной, не задействованной в игре медиапродукции не считается обязательным этапом продвижения игры.

В 2014 году корпорация Valve, создатель игры Dota 2, издала **полнометражный документальный фильм «Free to Play»**, переведенный на русский как «Бесплатная игра». Фильм распространяется бесплатно.

Задачи фильма:

- популяризировать игру Dota 2,
- продемонстрировать потенциальным игрокам интерфейс игры,
- визуально уменьшить дистанцию между рядовым игроком и профессиональным геймером, зарабатывающим до двухсот тысяч долларов за один турнир.



Почти все игры не в зависимости от размера и жанра имеют свою официальную страничку в социальных сетях: Вконтакте, Facebook, на видеохостинге Youtube.



Достаточно распространенной стратегией продвижения и возврата аудитории онлайн-игр является переиздание или создание дополнений.

Например, за время существования игры Wow вышло **4 дополнения и еще одно находится в разработке:**

- Burning Crusade – (16 января 2007 года) были добавлены Эльдары и Эльфы Крови и новый континент Запределье, максимальный уровень стал 70-ым.
- Wrath of the Lich King – (13 ноября 2008 года) были добавлены новый класс Рыцарь Смерти и новый континент Нордскол, максимальный уровень стал 80-ым.
- Cataclysm – (7 декабря 2010 года) были добавлены Воргены и Гоблины, 5 новых локаций, максимальный уровень стал 85-ым.
- Mysts of Pandaria – (25 сентября 2012 года) была добавлена локация Пандария, новая раса Пандарены, максимальный уровень стал 90-ым.
- Warlords of Draenor – (Осень 2014) будет добавлена новая локация Драенор, максимальный уровень станет 100-ым.

Особенности стратегии:

- Направлена на игроков-фанатов
- Требуется покупка игры и всех предыдущих аддонов
- Присутствует система скидок при покупке коллекционных изданий

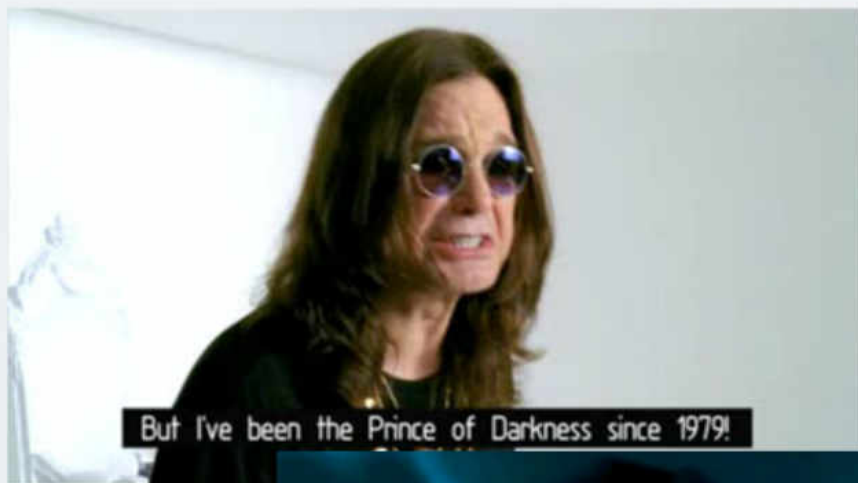


Компания Blizzard Entertainment, выпустившая игру World of Warcraft, сняла уникальную рекламу с участием всемирно известных актеров.

В 2011 году были сняты такие рекламные ролики как «Чак Норрис-охотник», «Жан-Клод Ван Дамм- маг», «Вильям Шатнер- шаман», «Оззи Осборн-князь Тьмы».

Задачи рекламы:

- Популяризировать игру WoW,
- Подчеркнуть статусность игры,
- Запустить рекламный "вирус".



Неофициальный форум как уникальный инструмент

Для массовых многопользовательских ролевых игр и игр смешанного жанра форум-это один из самых востребованных и важных медиа.

Игра развивается= виртуальный мир и его возможности меняются. Вся информация о модификациях игры выкладывается на официальном сайте в скрипте(script-сценарий), который содержит порядка 100страниц А4.

Функционал неофициального форума игры:

- помогает не читать скрипт нового патча, а вкратце понять изменения в обстановке,
- можно прочесть подсказки и гиды по прохождению критических точек в игре,
- поделиться своим мнением с остальными игроками,
- помогает решить технические проблемы в более приятной неофициальной обстановке.

В отличие от типичных ролевых игр World of Warcraft и Lineage 2 для игры Dota 2-стриминг, то есть онлайн-транслирование игры в Интернете, это обязательный элемент продвижения.

В силу достаточно небольшого времени сражения в Dota2, примерно от 20 до 40 минут, игроки зачастую сами транслируют и комментируют свою игру, если технические характеристики их персональных компьютеров им это позволяют.



Известный американский анимационный сериал South Park в 2006 году выпустил серию «Make Love, Not Warcraft», посвященную известной ролевой мультиплеерной игре.

Эффект:

- Повышение интереса к игре несмотря на негативный образ игроков
- Привлечение молодой аудитории, смотрящей South Park,
- Сама серия получила премию «Эмми» в номинации «Выдающаяся анимационная программа длительностью меньше одного часа».

