

ООО "ИГРОК"

Реклама в компьютерных играх

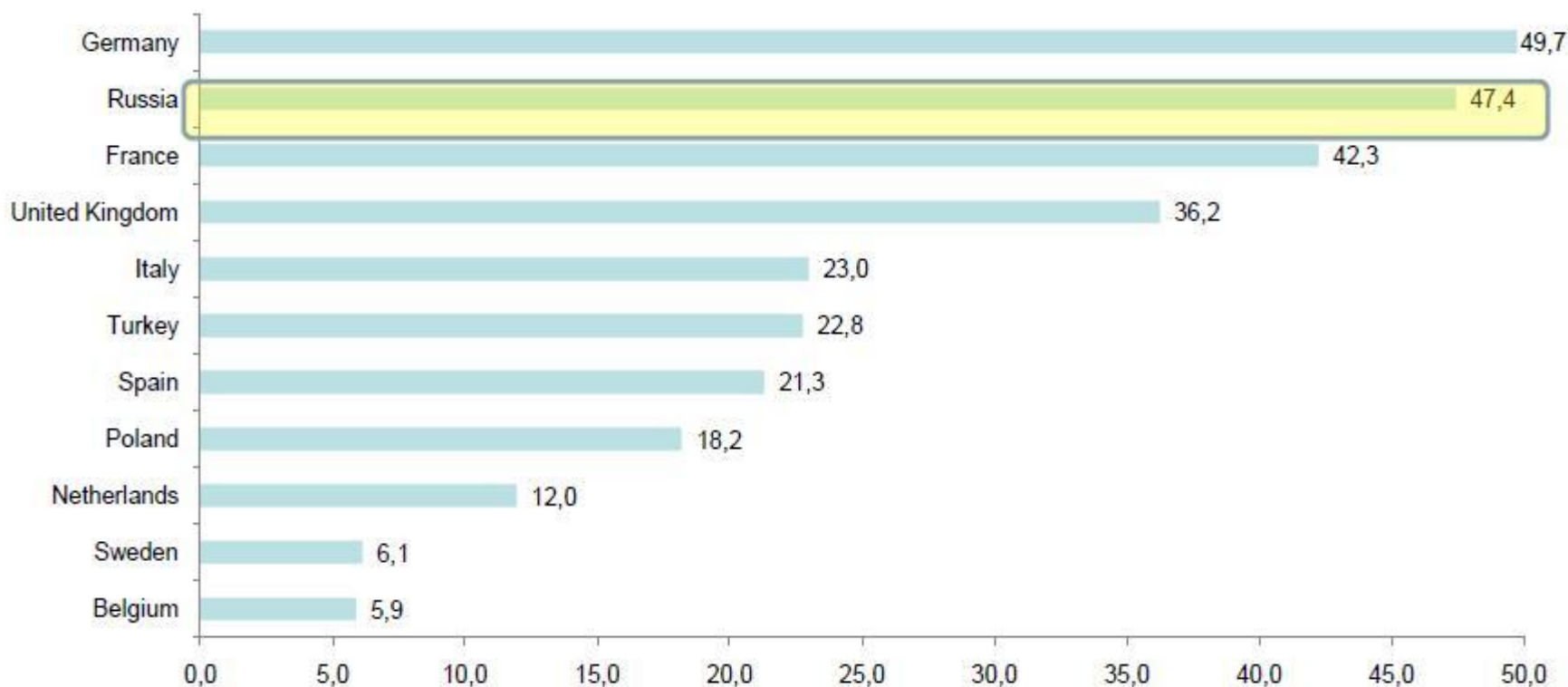
Ноябрь, 2011 года

Интернет и компьютерные игры

Статистика и тренды

Проникновение Интернета в России

Более 47М россиян уже онлайн
Вторая по размеру аудитория в Европе,
ComScore Media Metrix, Март 2011



Проникновение Интернета в России

Популярность интернета неуклонно растет

10% рост проникновения из года в год,

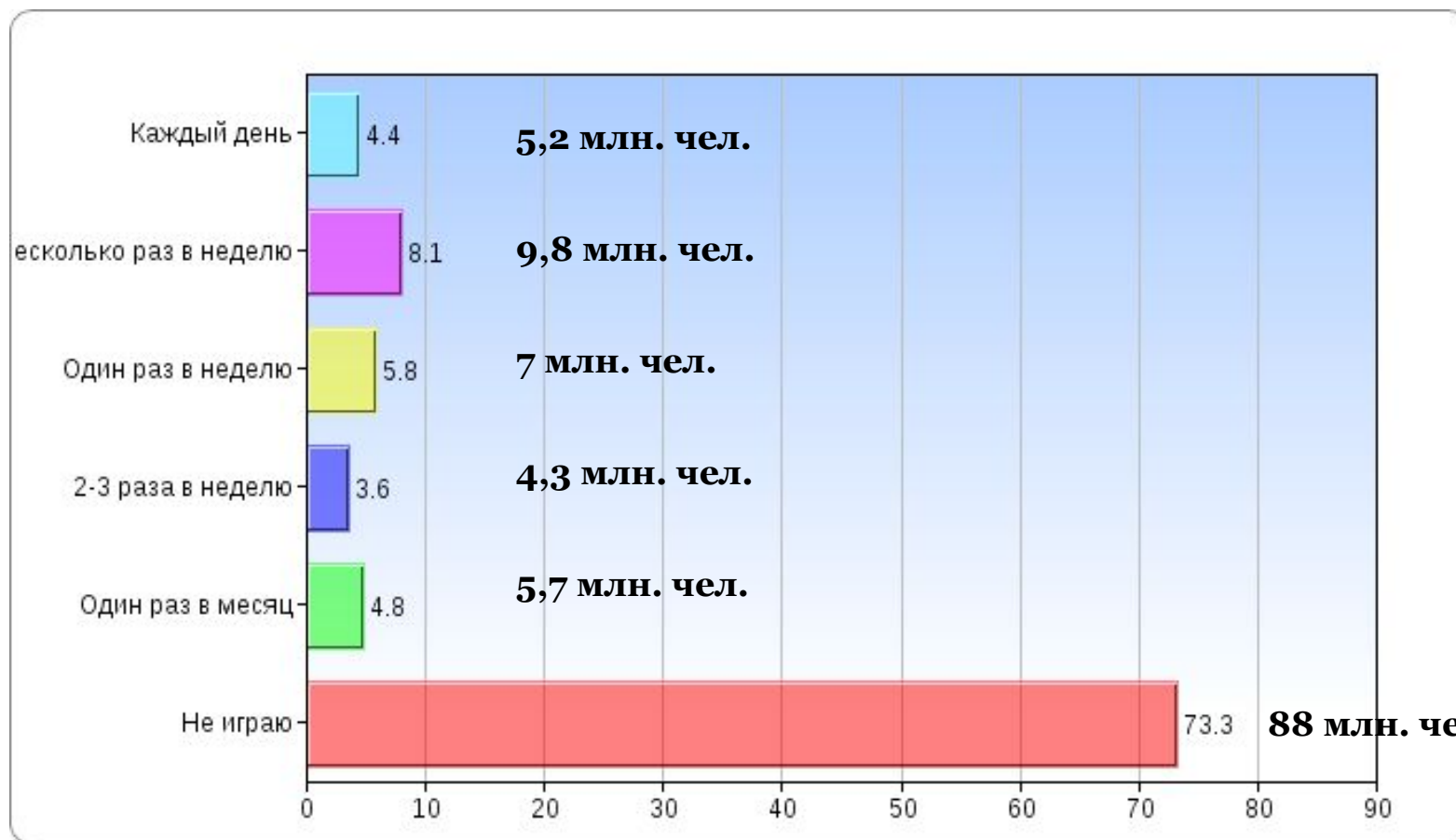
TNS Web Index, Февраль 2011



Компьютерные игры в России

Как часто Вы играете в компьютерные игры?

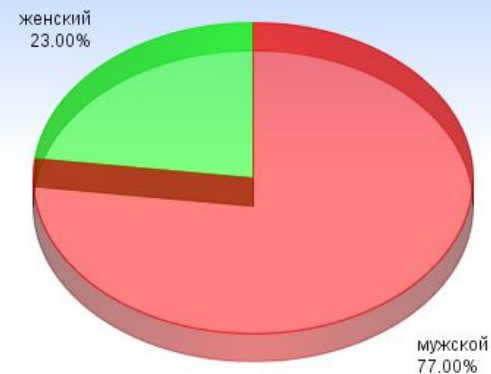
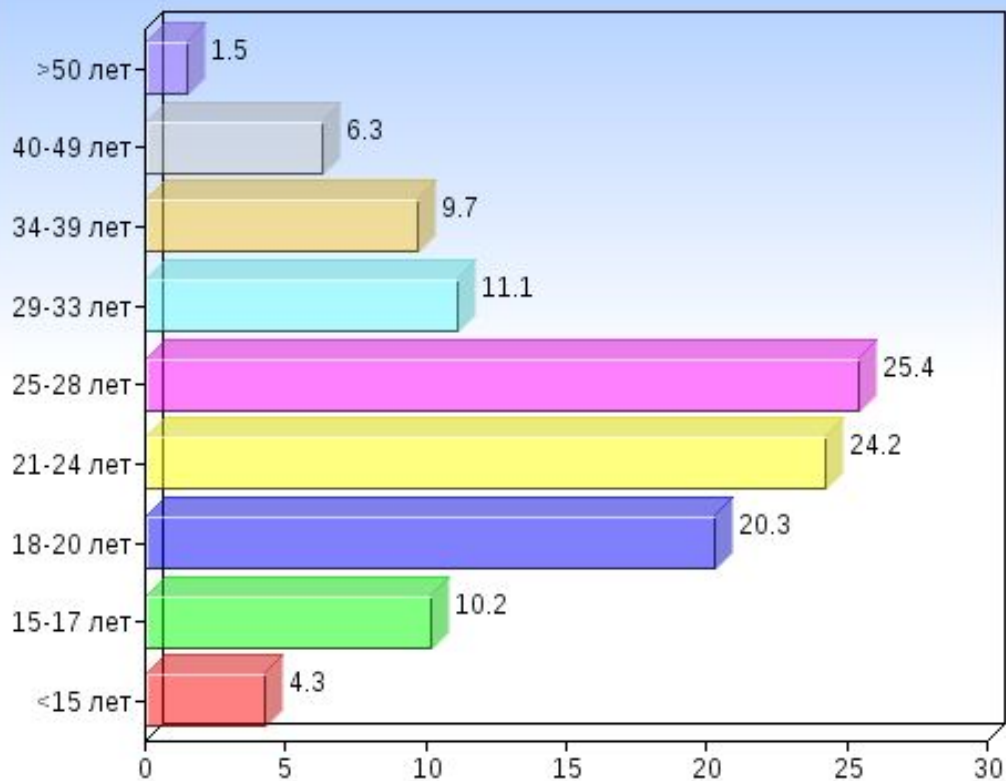
Gameland, Ноябрь 2008



Компьютерные игры в России

Возраст и пол потенциальной аудитории

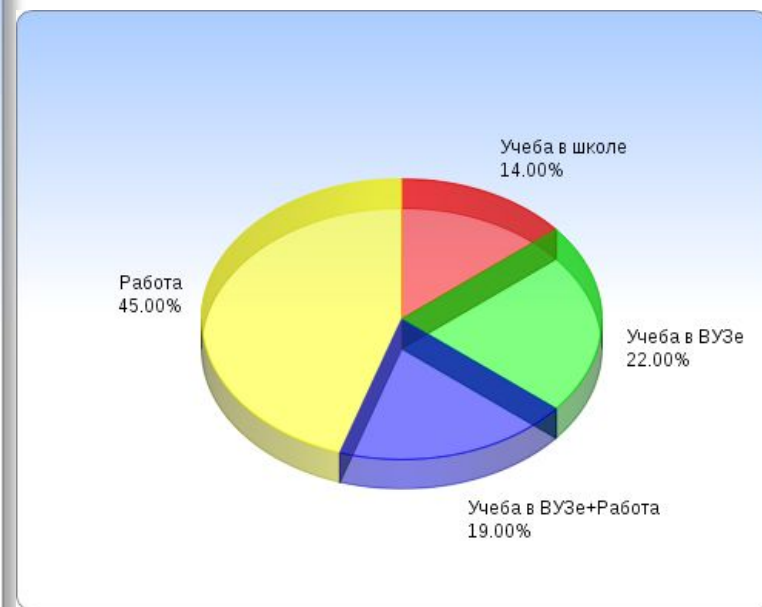
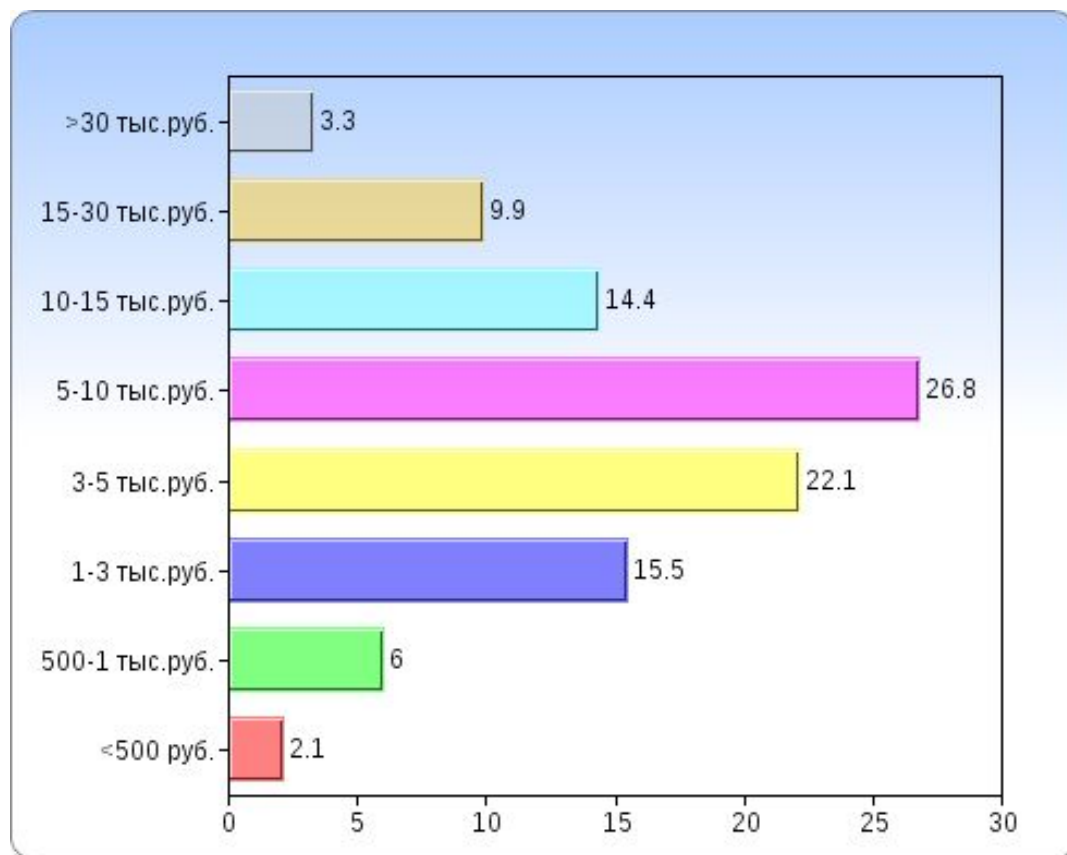
Gameland, Ноябрь 2008



Компьютерные игры в России

Личные расходы в месяц и основное занятие

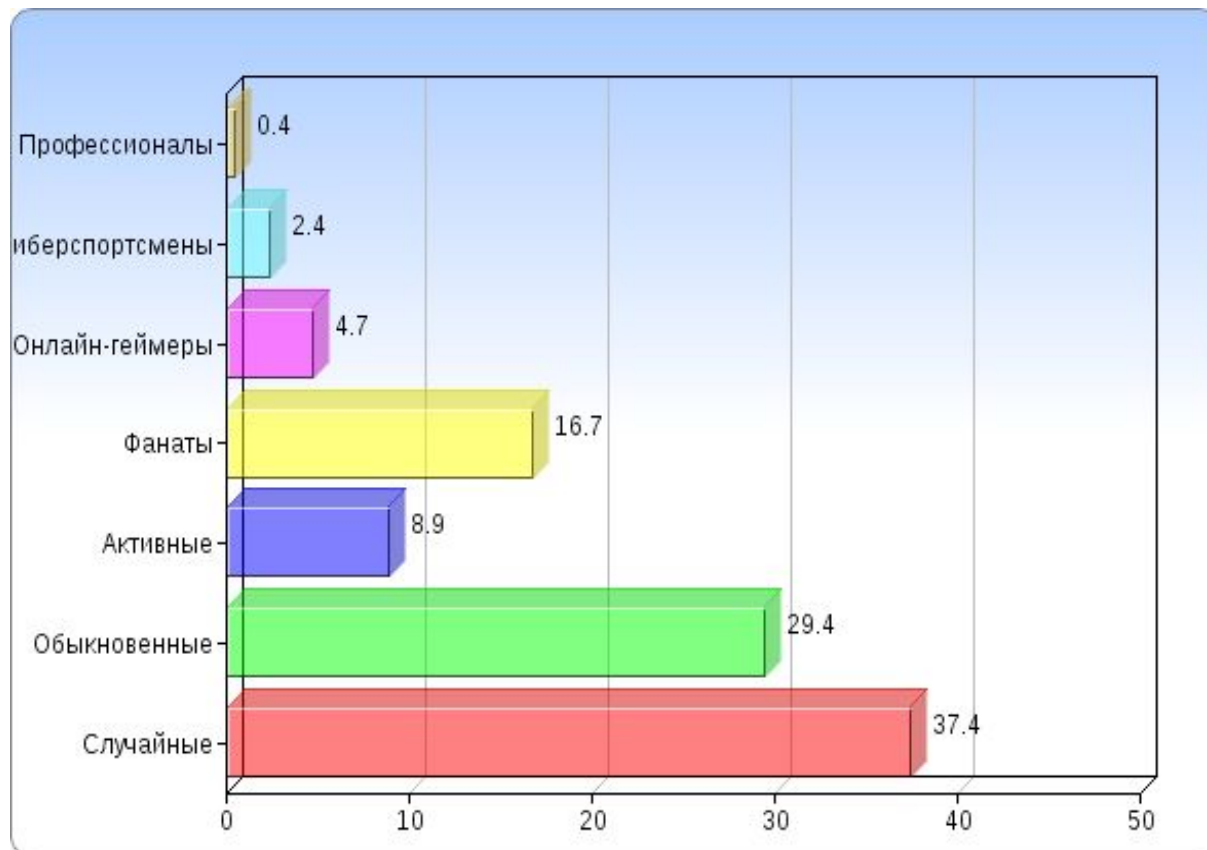
Gameland, Ноябрь 2008



Компьютерные игры в России

Сегменты игровой аудитории

Gameland, Ноябрь 2008



Онлайн-геймеры:

Играют только в онлайн-игры (браузерные или MMORPG), обычные игры и информация о них не интересует.

Киберспортсмены:

Интересует только кибер-спорт (соревнования по Counter Strike, Starcraft и пр.)

Профессионалы:

Интересуются играми, т.к. их работа и круг общения связаны с игровой индустрией.

Фанаты:

Играю только в игры определенной серии, жанра. Интересуюсь всем, что связано именно с этой игрой (серией): аддоны, продолжения, соревнования, аналоги и пр. Игровая индустрия в целом не интересна.

Реклама в Онлайн-сфере

Статистика и тренды

Рынок рекламы в России

Основной целью использования интернет-маркетинга является увеличение продаж для малого (77%) и крупного бизнеса (65%).

Ашманов и Партнеры, 2010-2011



Рынок рекламы в России

Критерии эффективности

Крупный бизнес: трафик, конверсия, позиции в поиске, кликабельность и стоимость перехода.

Малый бизнес : увеличение выручки, позиции в поиске и трафик.

Ашманов и Партнеры, 2010-2011



Рынок рекламы в России

Критерии эффективности

Крупный бизнес: трафик, конверсия, позиции в поиске, кликабельность и стоимость перехода.

Малый бизнес : увеличение выручки, позиции в поиске и трафик.

Ашманов и Партнеры, 2010-2011