

一击破春晓

---2022 春季赛 LPL 规划工作筹备

一. 赛事产品方向

1) 完善线上观赛系统: 尝试推出可部分DIY的赛事OB系统, 高亮选手操作特效

*市场调研: 需要完善和舒适的 OB 观赛系统 (比赛内容细节 (符文))

*产品规划: 尝试推出 DIY 赛事 OB 系统。如 OB 皮肤颜色选择 (选择你自己的主队配色或春节配色), 如不显示选手操作技能或更加完善的信息显示 (如选手带的主系副系符文)。或精简模式, 只显示选手操作, 不显示召唤师技能信息与直播渠道或者直播平台合作推出选手高亮操作特效

2) 完善竞猜类产品: 丰富奖励, 考虑是否可以加入游戏道具的赠送/OB 系统皮肤

*市场调研: 目前的竞猜类产品部分奖励缺少吸引力

*产品规划: 部分重要场次 增加竞猜奖励 提升观赛体验和刺激性

3) LPL 官网内容增加 结合选手 推出新版本更新教程视频或版本更新内容分析视频

*市场调研: 版本的重大改变 导致不少观众或许会出现脱离版本, 突然看不懂比赛的情况

*产品规划: 分别选取不同队伍 不同选手的采访视频或操作视频, 共同讨论新版本的更新

4) 联动LOL 手游, 端游完善游戏内置观赛内容和奖励系统。

*市场调研: 玩家排队时间空闲 玩家或许对选手的精彩操作体会代入感较弱

*产品规划: LOL 手游和端游内置观赛系统显示更多的更丰富更偏游戏的内容 (如英雄技能解析)。结合职业选手精彩瞬间, 每场比赛介绍 1-2 个英雄的技能详情

二. 赛事内容方向

1) 讲述转会的选手故事。

*市场调研: 转会零散的信息过多的情况, 部分观众对转会信息的陌生。

*产品规划: 列出转会总清单, 视频录制选手的感受。对未来的期待, 对过去的总结

2)讲述潜在付出/退役的选手故事。

*市场调研: 对于老将/新手, 观众总是充满着无限期待

*产品规划: 对于老将, 重制纪录片, 结合英雄, 复出路上的不易
对于新人, 简单的介绍视频, 介绍一下招牌英雄。

3)讲述队伍故事: 新征程的期许。

*市场调研: 更新换代的队伍, 重金引援的队伍或是全新的队伍观众们的不了解和陌生

*产品规划: 凸显新队伍中队友的羁绊, 两个过去的敌人或是陌路人如今的队友的故事

三. 赛事运营方向

防疫抗议知识仍需要贯穿或提及。

*市场调研: 春冬季疫情可能会反复, 防患于未然, 助力国家疫情防控

*产品规划: 明星选手录制疫情防控指南视频。