



STREAM.PUB

ПРОДВИЖЕНИЕ БРЕНДОВ
С ПОМОЩЬЮ ИГРОВЫХ СТРИМЕРОВ



www.streampub.net

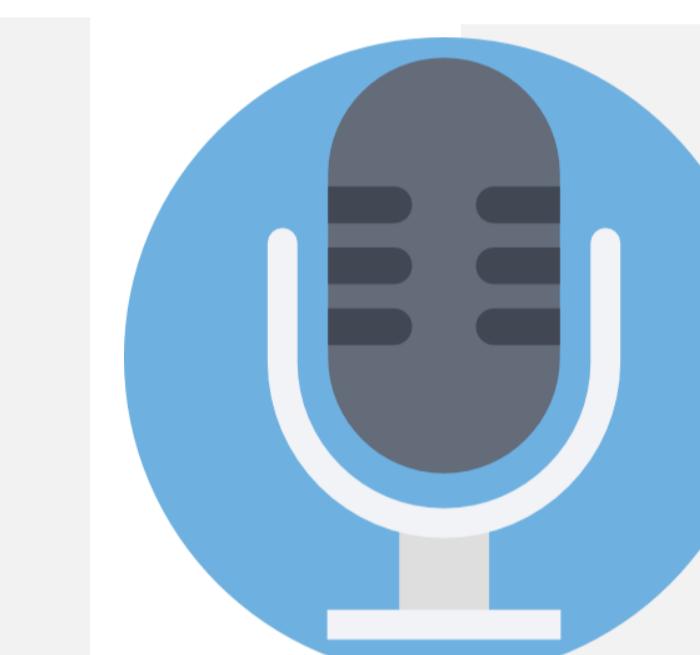
STREAMPUB

StreamPub помогает брендам общаться с геймерами на их языке,
через конкурсные механики, интеграции в контент и медийную рекламу



5M+ ЗРИТЕЛЕЙ

охват партнерской сети в месяц



980+ ЛИДЕРОВ МНЕНИЙ

участвуют в рекламных активностях StreamPub

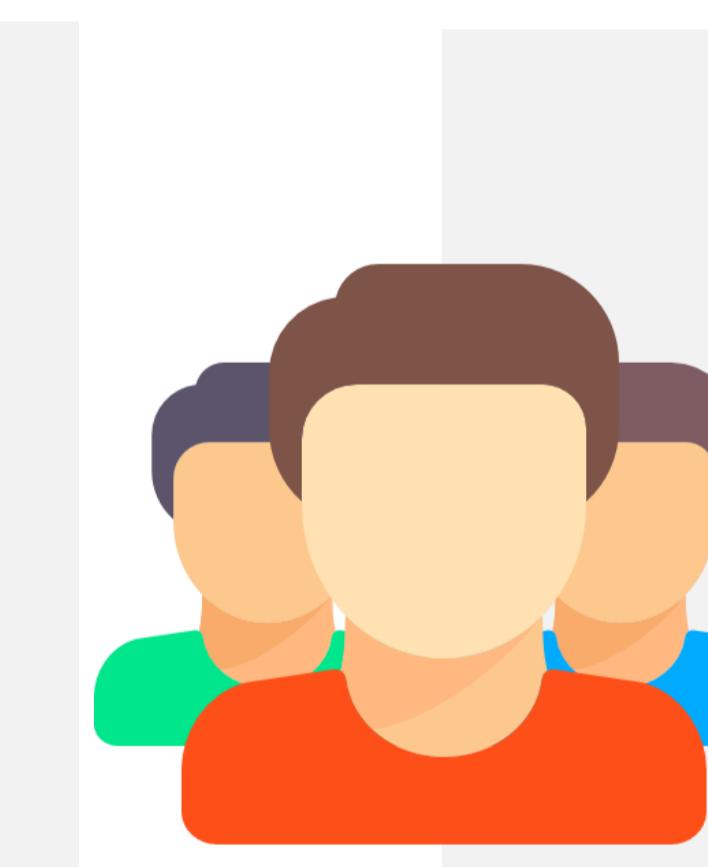
РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО
ПО ПРОДВИЖЕНИЮ В
ПРЯМЫХ ТРАНСЛЯЦИЯХ



150+ КАМПАНИЙ С 2015

CHG: Jonson&Jonson, PepsiCo, 20th Century Fox,
Domino's Pizza, Tornado Energy, Beeline

EC: Perfect World (Gigantic), Brawl of Ages,
GameStars



САМЫЕ ЭФФЕКТИВНЫЕ ФОРМАТЫ

- интеграции внутрь стрима,
- баннеры, оверлеи, сообщения в чате
- публикации в социальных сетях
- вывод в топ-игр Твича

СТРИМЕР И БЛОГЕР: В ЧЕМ РАЗНИЦА?

ВОПРОС

СТРИМЕР VS БЛОГЕР

ПРЯМОЙ ВИДЕО-ЭФИР



В ЧЕМ РАЗНИЦА МЕЖДУ
СТРИМЕРОМ И
БЛОГЕРОМ?

ВИДЕО В ЗАПИСИ



ОСОБЕННОСТИ СТРИМИНГА

ПРЯМОЙ ЭФИР ВЛИЯЕТ
НА КОНТЕНТ

СТРИМЕР

ПРЯМОЙ ВИДЕО-ЭФИР



НЕТ МОНТАЖА

Нельзя сделать второй дубль



ДИАЛОГ СО ЗРИТЕЛЯМИ

Постоянный интерактив – зрители
общаются со стримером



ДЛИТЕЛЬНАЯ ТРАНСЛЯЦИЯ

6-10 часов в сутки
Ср.время просмотра – 1,5-2 ч

ОСОБЕННОСТИ СТРИМИНГА

—
ПРЯМОЙ ЭФИР ВЛИЯЕТ
НА КОНТЕНТ

СТРИМЕР

ПРЯМОЙ ВИДЕО-ЭФИР



ИСКРЕННИЕ

Стримеры значительную часть своей жизни проводят в рамках онлайн трансляций. Они едят, общаются, читают новости, знакомятся с окружающим миром, и иногда даже засыпают на глазах своей многочисленной аудитории.

НЕБОЛЬШИЕ

Стримеры постоянно общаются со зрителями. Возможность реагировать на сообщения в чате – органический потолок для роста любого канала. Если на трансляции собирается более 50 тыс. одновременных зрителей, чат начинает «лететь» очень быстро, и стример не успевает отвечать зрителям, из-за чего те теряют интерес к каналу.

ИМ ДОВЕРЯЮТ

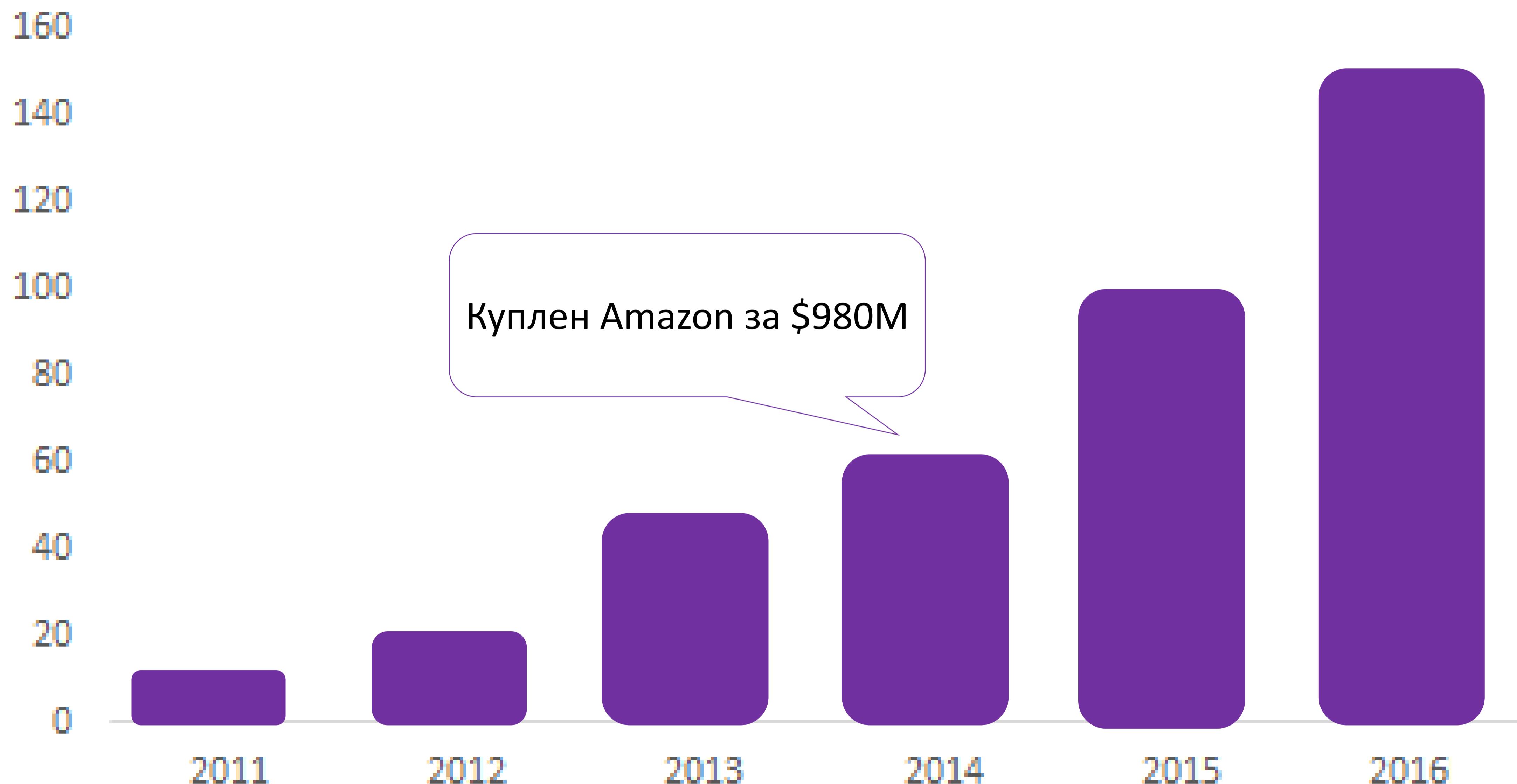
Долгие часы, на протяжении месяцев и даже лет, зрители совместно проживают жизнь стримеров. Они чаще всего не обезличенная "аудитория", а близкие люди, которые помогают друг другу, дают советы, рекомендации и к мнению которых прислушиваются.

ЧТО ТАКОЕ TWITCH?

TWITCH.TV

ОТ СТАРТАПА В 2006 ДО
СДЕЛКИ НА \$980М В 2014

УНИКАЛЬНЫЕ ЗРИТЕЛИ TWITCH.TV В МЕС, МЛН.



Позже формат прямых трансляций
появился и на других ресурсах:



TWITCH.TV

СОВРЕМЕННОЕ ТВ
ДЛЯ МОЛОДЕЖИ –
СТРИМЕРЫ РАБОТАЮТ В
ПРЯМОМ ЭФИРЕ

140М+
УНИКАЛЬНЫХ ЗРИТЕЛЕЙ

204+
КОНТЕНТА

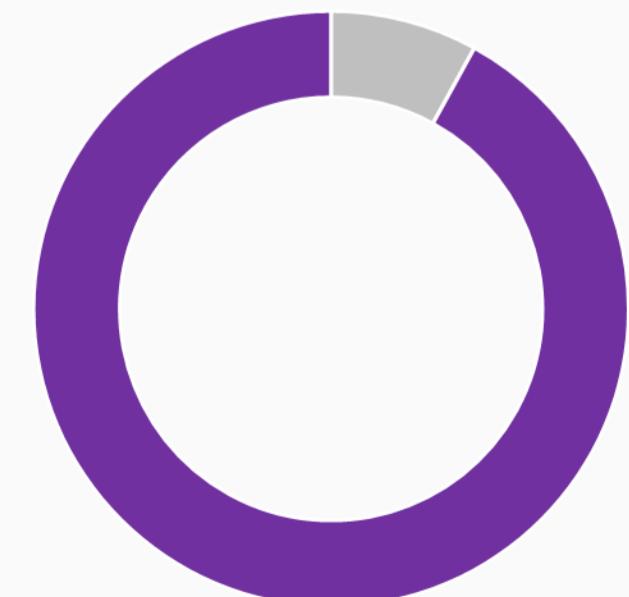
24
КОНТЕНТА

на портале TWITCH.TV
каждый месяц

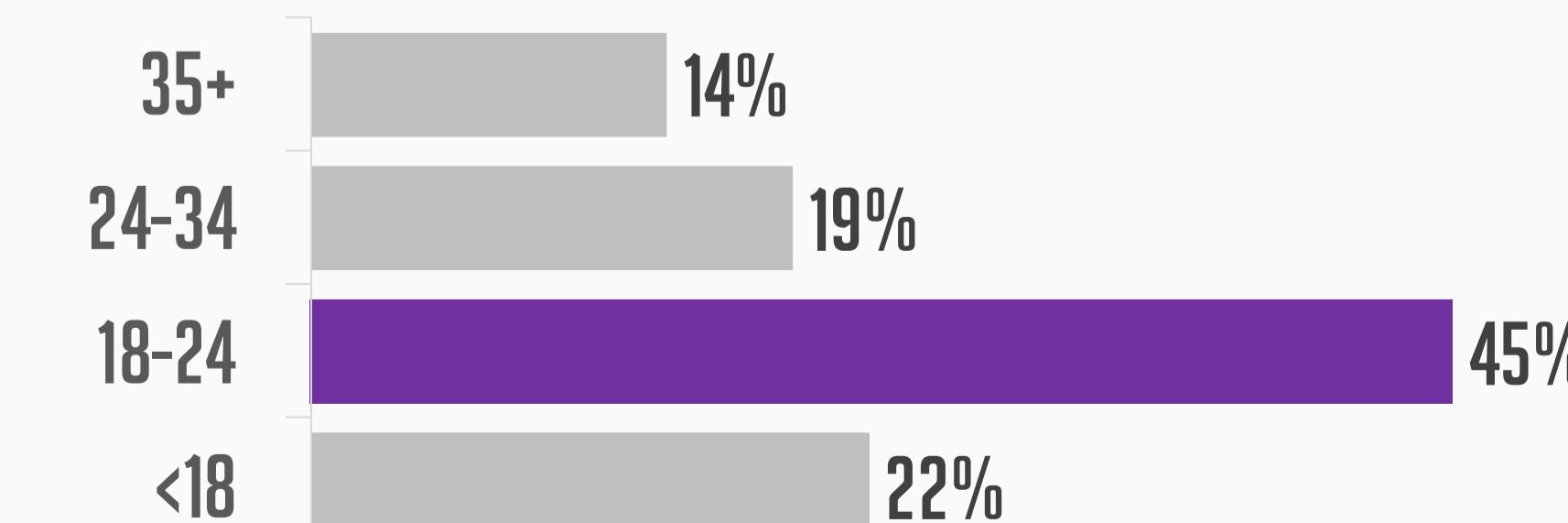
просматривает 50% зрителей
TWITCH.TV **каждую неделю**

в среднем просматривает один
зритель TWITCH.TV **каждый день**

ЗРИТЕЛИ TWITCH.TV



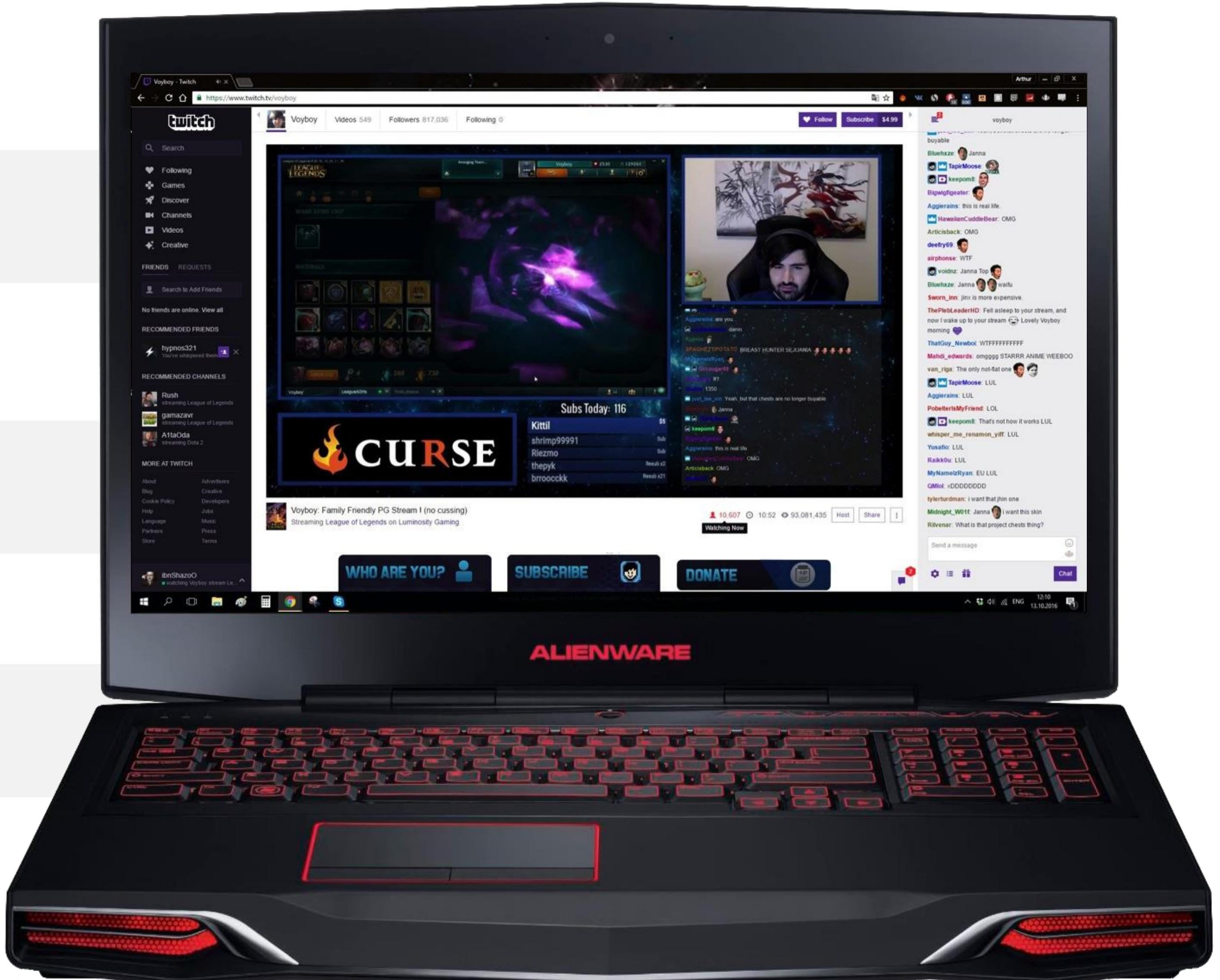
ПОЛ



возраст



география



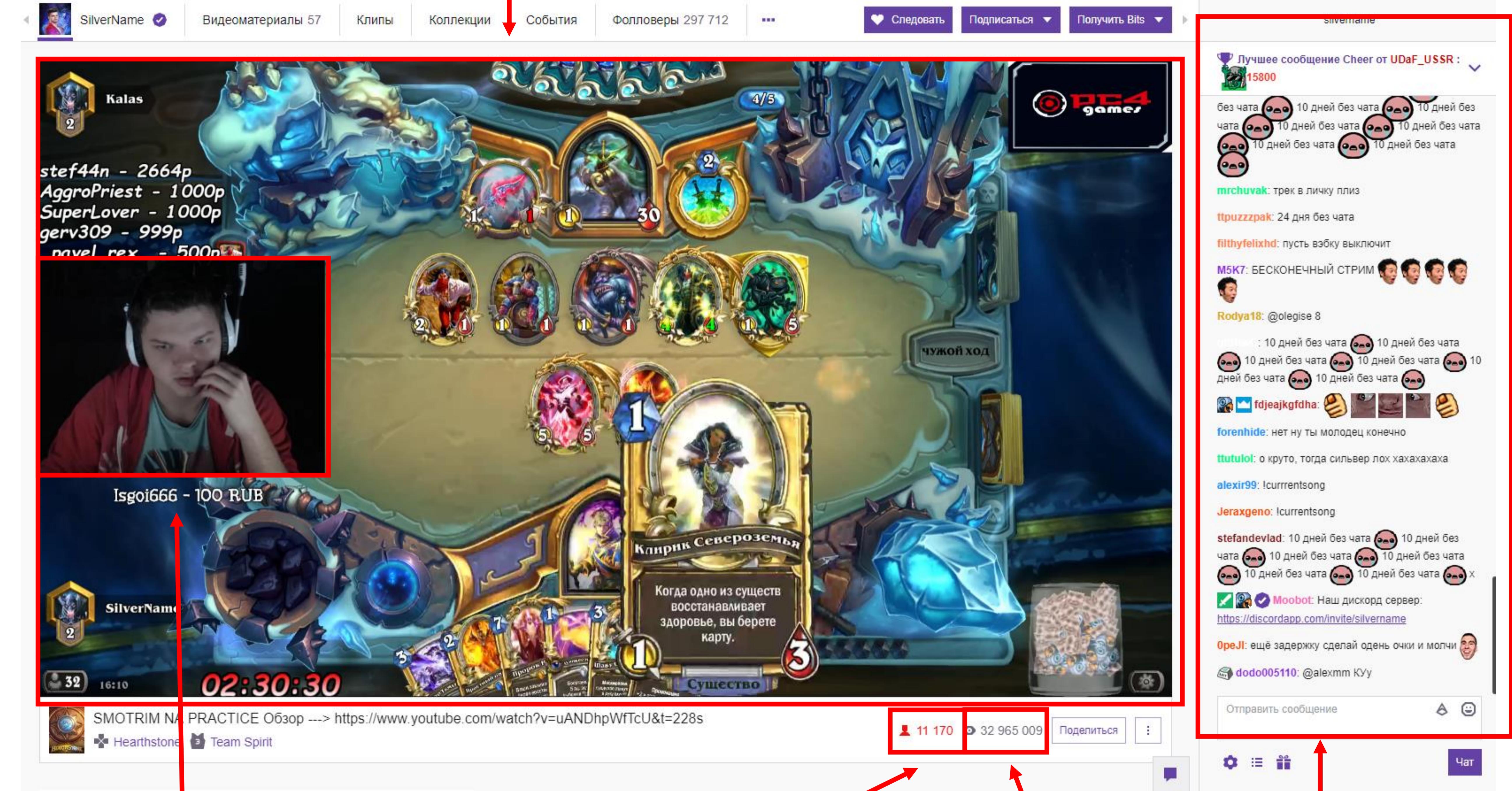


www.streampub.net

КАНАЛ НА TWITCH

ИГРА – ОСНОВА ДЛЯ
ПРОЯВЛЕНИЯ ЭМОЦИЙ,
ВЛИЯНИЕ ЗРИТЕЛЕЙ НА
КОНТЕНТ ЧЕРЕЗ ЧАТ

Экран игры



Стример

Зрителей онлайн

Всего просмотров канала

Чат

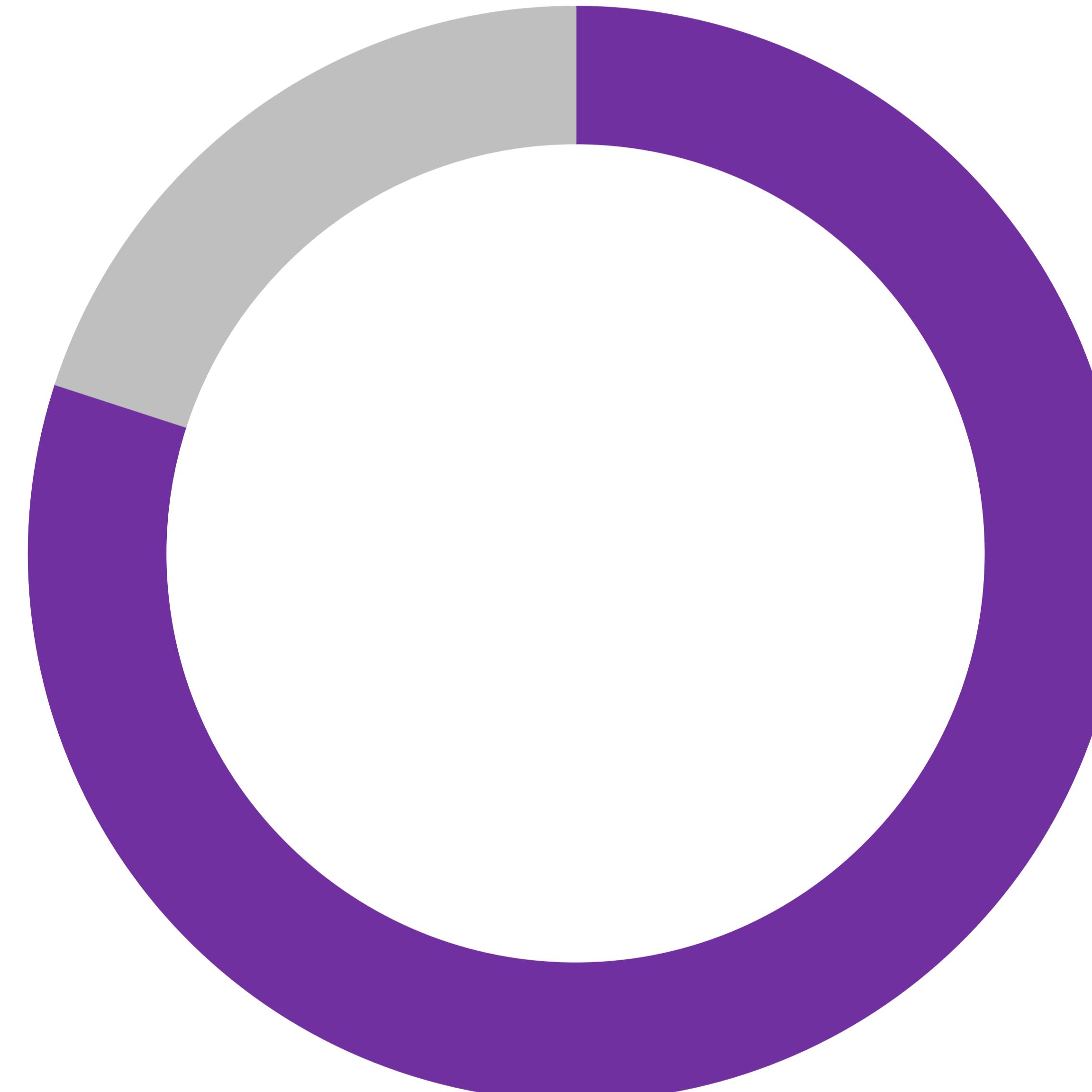
КТО ТАКИЕ СТРИМЕРЫ?

CASUAL STREAMING

ГЕЙМИНГ – ЭТО НЕ ТОЛЬКО
КИБЕРСПОРТ

Более 70% просматриваемого контента на Twitch.tv – это эфиры отдельных стримеров, тогда как 15-30% - трансляции киберспортивных соревнований

ESPORTS



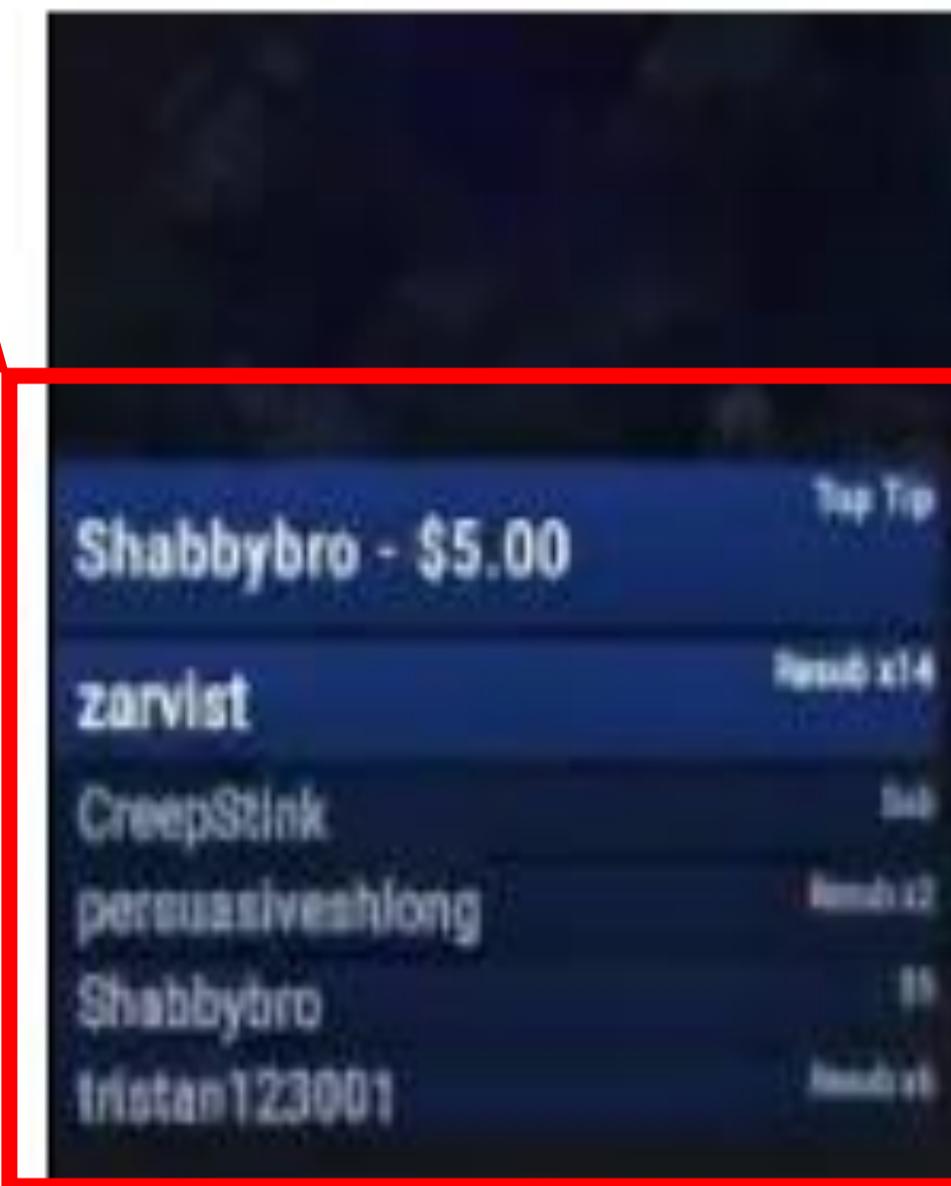
CASUAL STREAMING

- 2,1М** СТРИМЕРОВ
- 17К** В СТАТУСЕ ПАРТНЕРА TWITCH
- 600** АКТИВНЫХ СТРИМЕРОВ В РФ

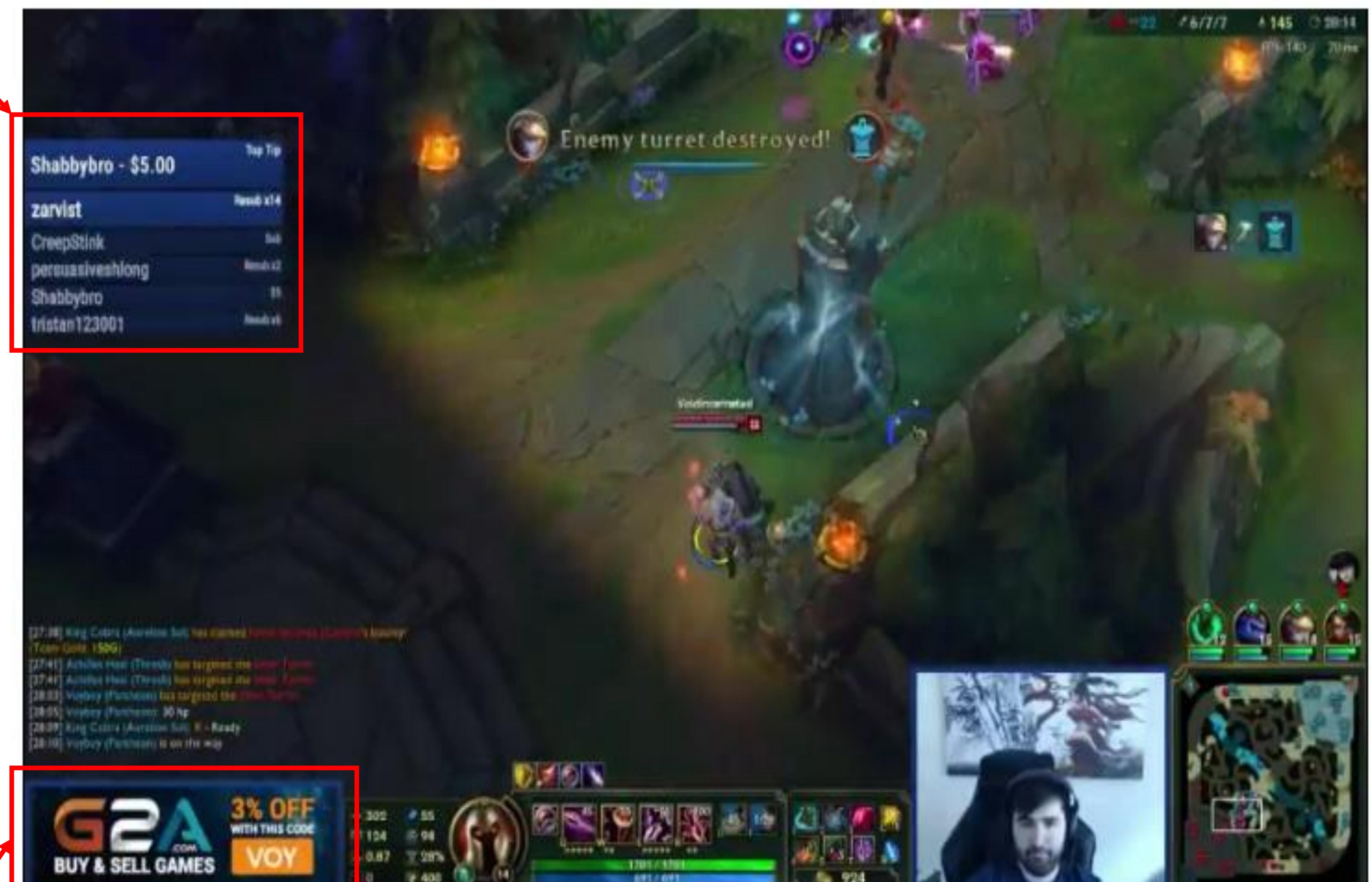
НА ЧЕМ ЗАРАБАТЫВАЮТ

ДОНАТЫ, БАННЕРЫ И
REV.SHARE OT TWITCH –
ДО \$25 000 В МЕС

50% ДОНАТЫ от
зрителей



35% ПРЯМАЯ РЕКЛАМА (оверлеи, баннеры,
product placement и т.п.)



15% REVENUE SHARE от Twitch
(только 1% стримеров)

ЧТО ДЕЛАТЬ С ЭТИМ?

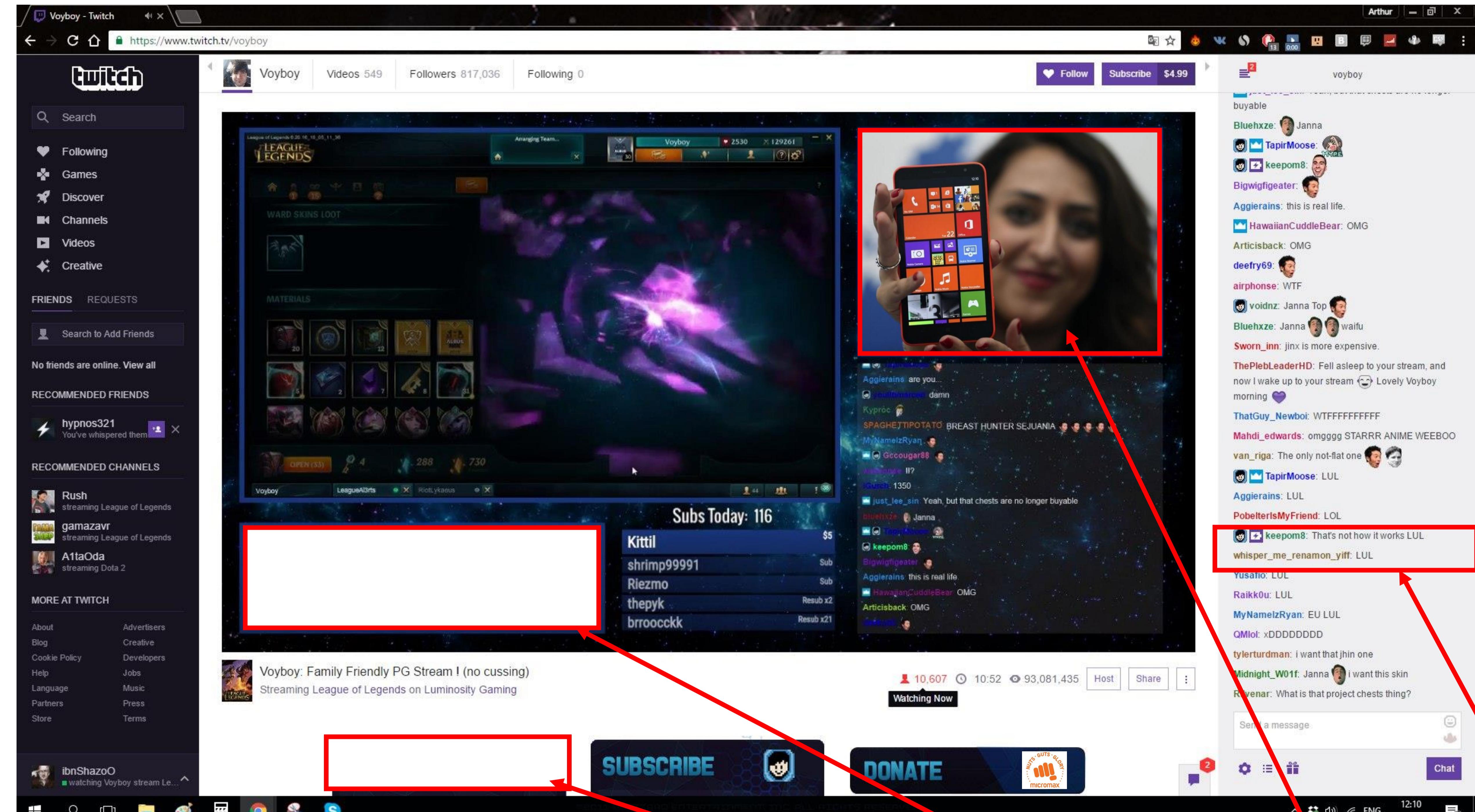


www.streampub.net

РЕКЛАМНЫЕ ФОРМАТЫ

КАК СТРИМЕР ДОНОСИТ
ИНФОРМАЦИЮ ЗРИТЕЛЯМ

РАЗМЕЩЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ НА КАНАЛЕ СТРИМЕРА



В онлайн-трансляциях бренд может присутствовать: 1) на баннере; 2) оверлее; 3) внутри контента, 4) в чате

Кроме того, мы задействуем и другие каналы стримера: Vkontakte, Youtube, Twitter и пр.



www.streampub.net

КИБЕРСПОРТ

УЧАСТИЕ СТРИМЕРОВ В
ОРГАНИЗАЦИИ И
ПРОДВИЖЕНИИ
КИБЕРСПОРТИВНЫХ
СОРЕВНОВАНИЙ

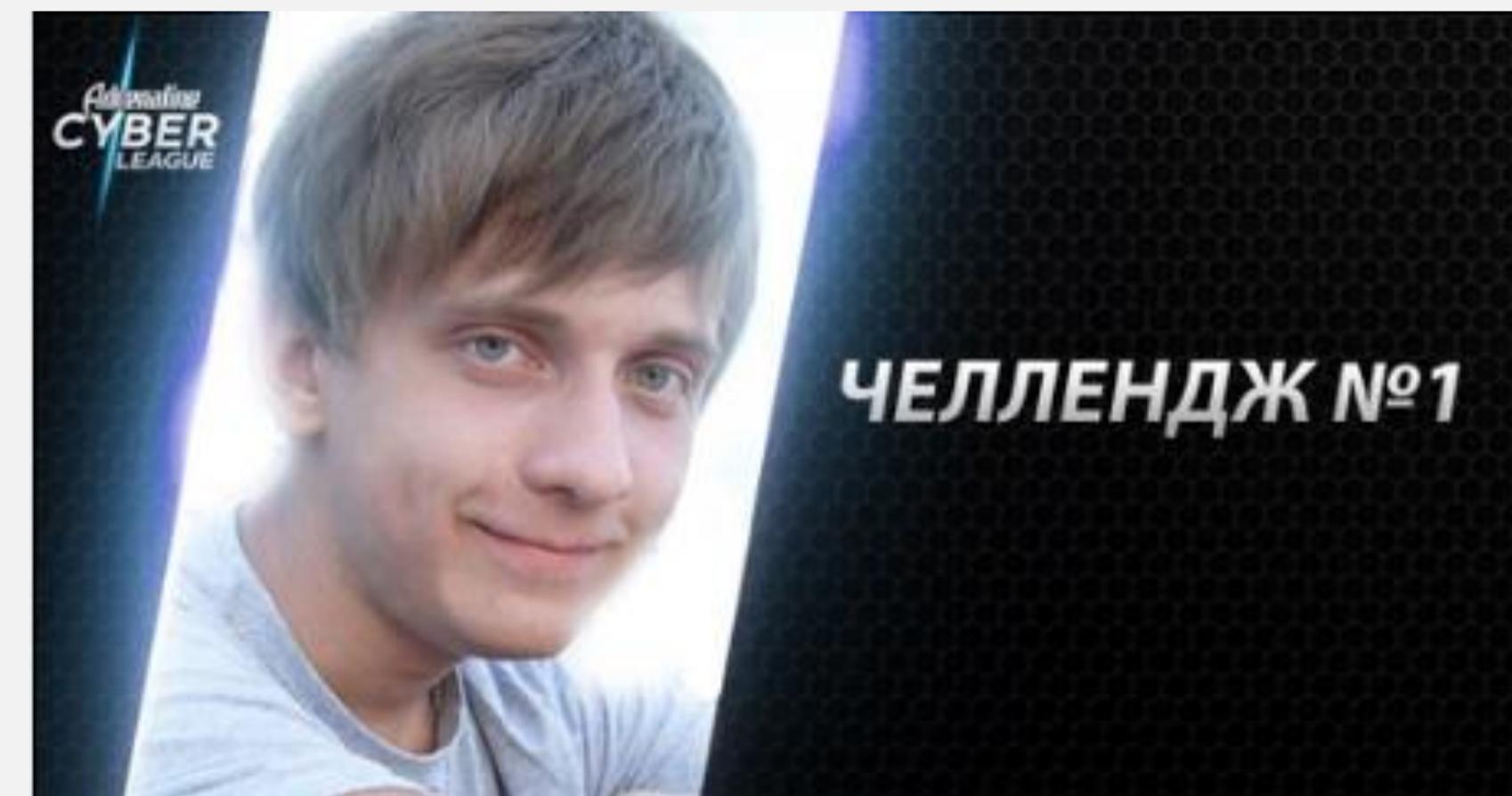
СТРИМЕР РАССКАЗЫВАЕТ И УЧАСТВУЕТ В СОРЕВНОВАНИИ

ФОРМАТ: стримеры на 100% попадают в целевую аудиторию киберспортивных соревнований: они могут рассказать о событии, сделать хостинг прямого эфира (для повышения кол-ва просмотров), присоединиться как комментаторы, аналитики и участники соревнований.

ВАЖНО: участие в турнире возможно как онлайн, так и офлайн, привлекаем стримеров по любым играм.

ПОДХОДИТ ДЛЯ: профессиональных и любительских киберспортивных турниров от бренда

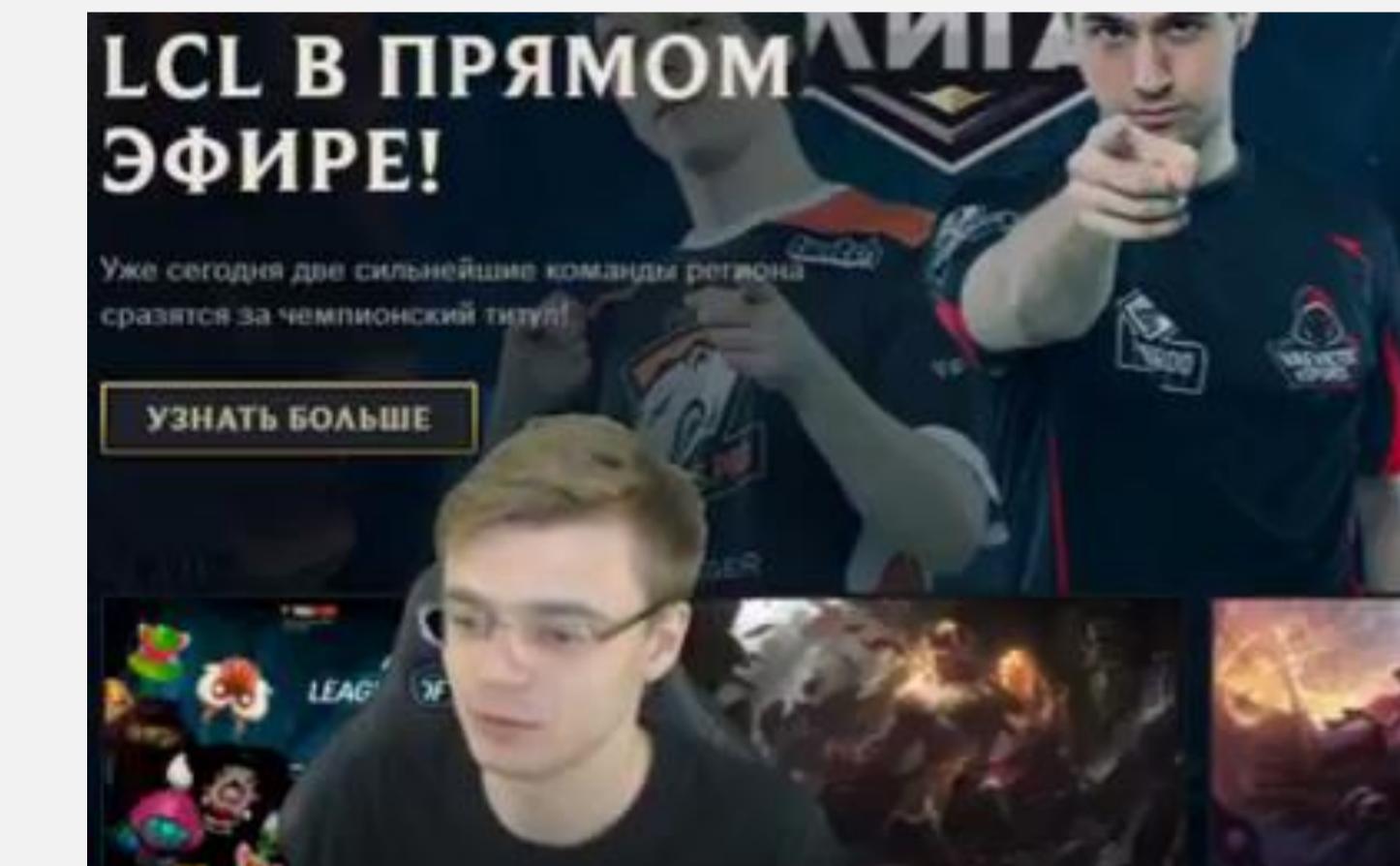
ADRENALINE CYBER LEAGUE



Стримеры рассказывали о мероприятии в ВТБ арене – голосовые анонсы, посты в ВК, медиа-реклама, записывали влоги на турнире и хостили трансляцию.

[Видео о старте лиги](#)

ФИНАЛ LEAGUE OF LEGENDS



13 стримеров играли в League of Legends и затем хостили финал Континентальной Лиги на своих каналах.

[Статья в блоге](#)

M19 ТУРНИР ПО HEARTHSTONE



Стримеры участвовали в турнире, рассказывали о нем зрителям и приезжали на офлайн-финалы в качестве комментаторов

[Статья в блоге](#)



www.streampub.net

МЕДИА РЕКЛАМА

БАННЕРЫ, ОВЕРЛЕИ И
СООБЩЕНИЯ В ЧАТЕ

СТРИМЕР РЕКОМЕНДУЕТ ВАШ БРЕНД

ФОРМАТ: стример размещает рекламные материалы на своем канале: некликабельный оверлей поверх видео, кликабельные баннер и сообщения в чате, автоматически появляющиеся каждые 15 мин во время трансляции.

ВАЖНО: стример говорит зрителям о новом спонсоре и рекомендует воспользоваться его продукцией .

ПОДХОДИТ ДЛЯ: промо-акций и спец.предложений. Лучше всего работает с промокодом – когда зрителям предоставляется бонус (скидка или подарок).

ЛИНЗЫ ACUVUE OASYS



Бесплатная проверка зрения и
пара линз в подарок

[Видео-кейс](#)

САЙТ OZON.TRAVEL



Скидка 500 руб. на любые
билеты

[Кейс в блоге](#)

ПРИЛОЖЕНИЕ VEON



Призыв скачать приложение и задать
эксклюзивный вопрос стримеру.

[Вideo с лучшими моментами](#)



www.streampub.net

СПЕЦ. ПРОЕКТЫ

СТРИМЕРЫ
ОБЪЕДИНЯЮТСЯ ДЛЯ
СОВМЕСТНОЙ АКТИВНОСТИ

СТРИМЕР ВОВЛЕКАЕТ ЗРИТЕЛЕЙ В КОММУНИКАЦИЮ С БРЕНДОМ

ФОРМАТ: мы продумываем креативную механику, часто с отдельным продакшеном (сайт, видео, приложение), чтобы максимально вовлечь зрителей и достичь KPI.

ВАЖНО: каждый проект прорабатывается индивидуально, как правило, участвует не менее 8 стримеров.

ПОДХОДИТ ДЛЯ: охватных рекламных кампаний, нацеленных на укрепление лояльности к бренду, с KPI по вовлеченности аудитории (лайки, комментарии, отзывы)

ЧУЖОЙ: ЗАВЕТ



Вторжения в эфиры топ-8 стримеров перед премьерой фильма.
400 тыс.просмотров и
18 тыс.комментариев за 4 часа.

[Видео-кейс](#)

SSD НАКОПИТЕЛИ PALIT



Тизерные врезки рекламных роликов, розыгрыши продукции
2,4 млн.просмотров,
80 тыс.переходов.

[Видео-кейс](#)

DOMINO'S PIZZA



Стример заказывает пиццу в прямом эфире, разыгрывает пиццу среди зрителей, сам делает доставку. Мы записываем видео и сеем его в геймерских сообществах.

[Вирусный ролик](#)



www.streampub.net

PRODUCT PLACEMENT

СТРИМЕРЫ ИСПОЛЬЗУЮТ
ПРОДУКТ В ПРЯМОМ ЭФИРЕ

СТРИМЕР ПОКАЗЫВАЕТ, ЧТО ПОЛЬЗУЕТСЯ ПРОДУКТОМ

ФОРМАТ: в прямом эфире стример использует продукт – ест, пьет, заходит на онлайн-ресурсы, играет в определенную игру или заказывает товары.

ВАЖНО: можно размещать промо как нативно – без указания на рекламу, мягко интегрируя продукт в контент стримеров, так и проговаривая то, что это реклама.

ПОДХОДИТ ДЛЯ: FMCG товаров и онлайн-сервисов, которые можно использовать, сидя дома за компьютером. С особенным вниманием – алкогольные бренды с нативной интеграцией без рекламного подтекста.

ЭНЕРГЕТИКИ TORNADO



Стрим-марафоны на 24 часа: стримеры не спали и поддерживали свои силы энергетиками, банка продукта всегда была в кадре.

[Видеокейс](#)

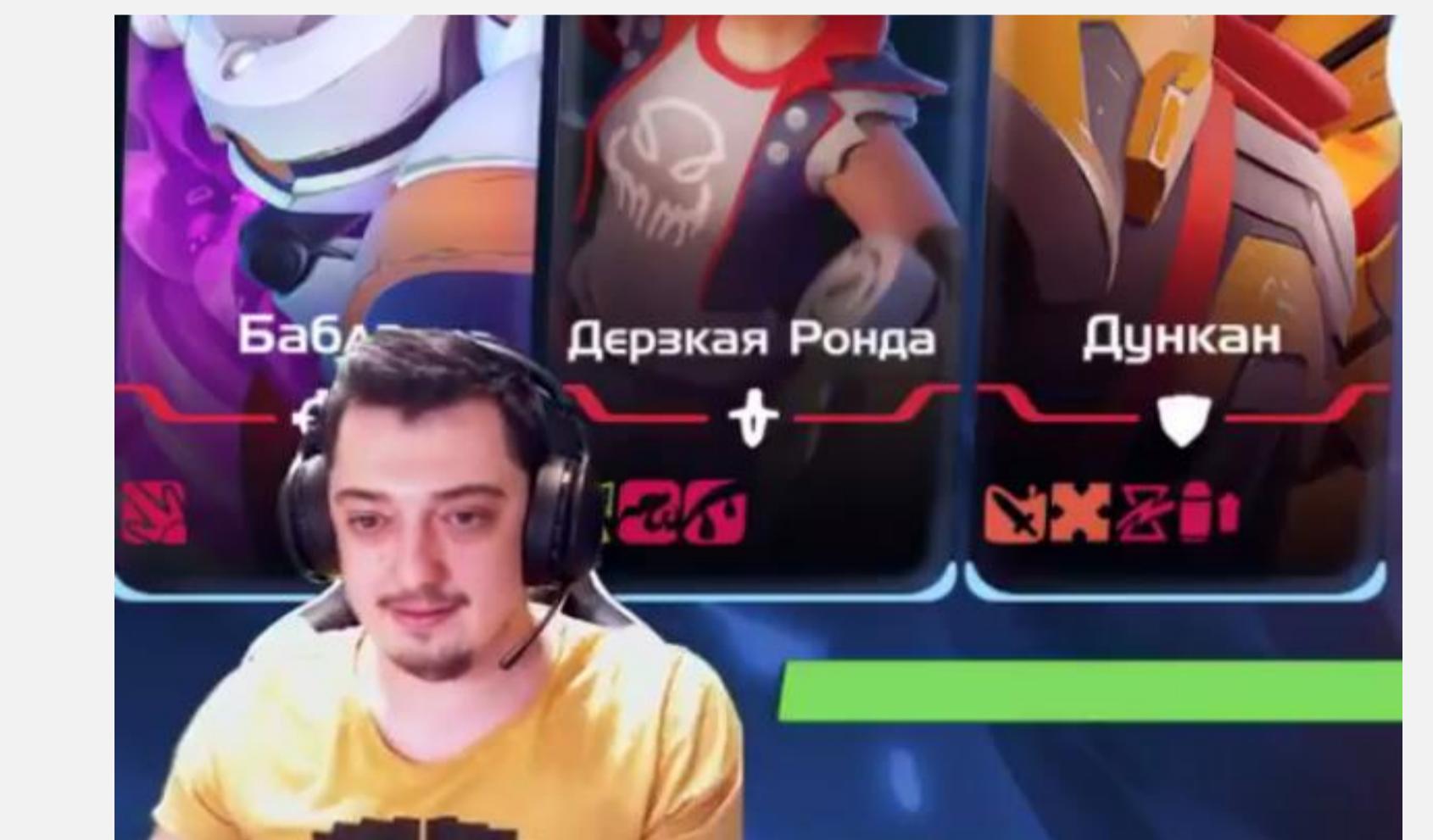
СЕРВИС БАНДЕРОЛЬКА



Стримеры заказывали товары из США и проводили анпакинг полученных посылок в прямом эфире.

[Пример видео](#)

ИГРА PLANET OF HEROES



Стримеры играли в Planet of Heroes, соревновались между собой и приглашали зрителей присоединиться.

[Видео интеграции](#)



www.streampub.net

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

ПУБЛИКАЦИИ В ГРУППАХ СТРИМЕРОВ ВКОНТАКТЕ

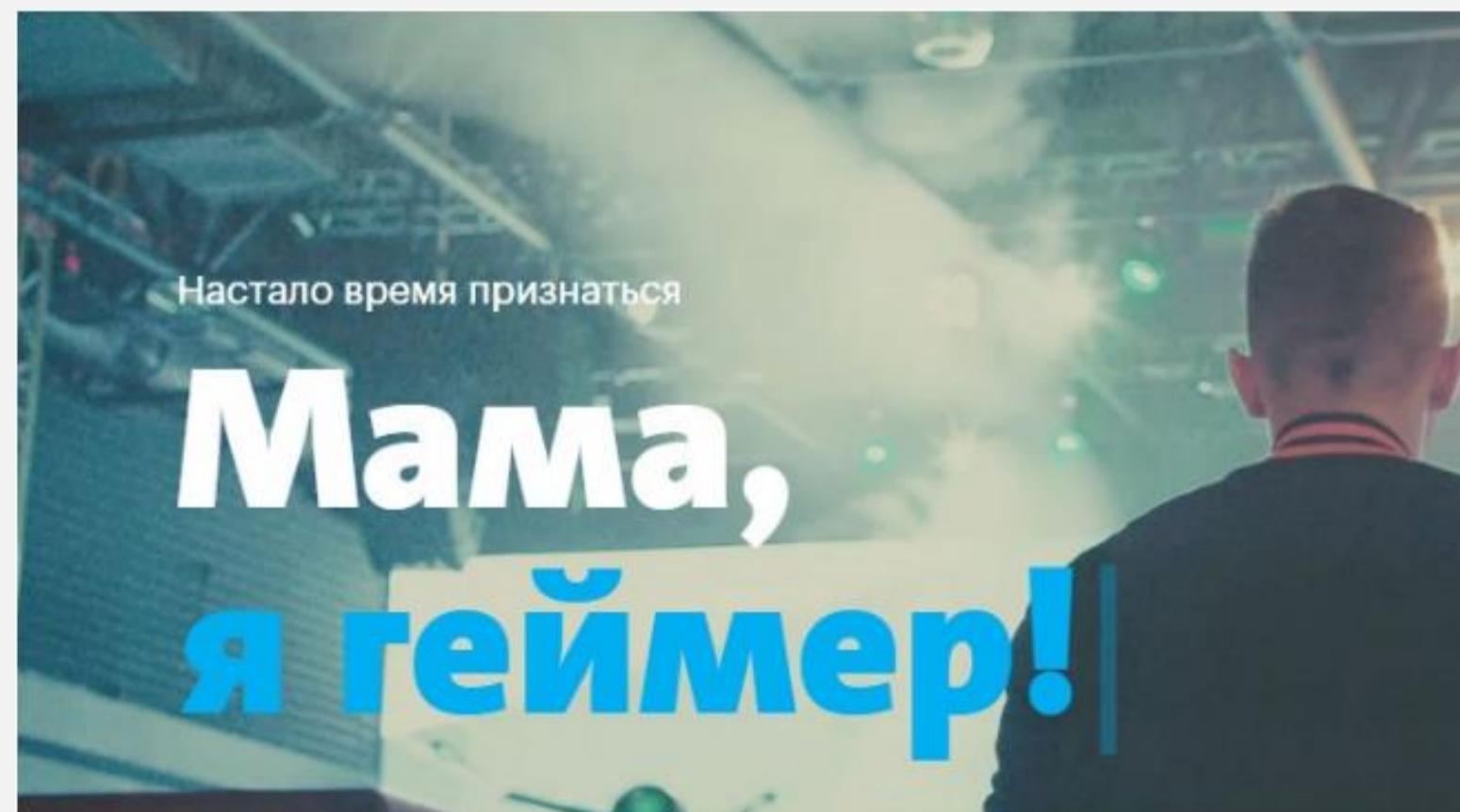
СТРИМЕР РАССКАЗЫВАЕТ О БРЕНДЕ ПОДПИСЧИКАМ ВКОНТАКТЕ

ФОРМАТ: каждый стример ведет группу в соц.сетях (для РФ – чаще всего Вконтакте), где общается со зрителями, делится опытом, рассказывает новости и делает анонсы предстоящих трансляций.

ВАЖНО: используем соц.сети как дополнительную платформу для коммуникации, дополняя проект и генерируя переходы на сайт бренда. Можно делать минимум: посты + голосовые анонсы в прямом эфире.

ПОДХОДИТ ДЛЯ: дополнения рекламных кампаний (медиа-реклама, product placement или спец.проекты)

YOTA #MAMA, Я ГЕЙМЕР



Стримеры поддержали флешмоб #мамаягеймер и опубликовали свои видео и фото признания в соц.сетях.

[Статья в блоге](#)

ИГРА GIGANTIC



Польские стримеры играли в Gigantic и делали публикации в своих группах в Facebook с предложением зрителям присоединиться.

[Отчет по кампании](#)

ROG CITY BATTLES



Стримеры стимулировали регистрации на турнир, делая репосты в своих пабликах: на старте регистрации, при проведении финалов и после турнира с итогами.

[Пример поста](#)



www.streampub.net

МЕРОПРИЯТИЯ

ПРИГЛАШЕНИЕ
СТРИМЕРОВ НА ОФФЛАЙН
И ОНЛАЙН МЕРОПРИЯТИЯ

СТРИМЕР УЧАСТВУЕТ И ПРОВОДИТ МЕРОПРИЯТИЯ

ФОРМАТ: стримеры приезжают на мероприятие (выставку, открытие ресторана, презентацию продукта), подключаются к прямым трансляциям клиентов, дают эксклюзивные интервью.

ВАЖНО: подбираем стримеров под любые игры и во всех городах РФ

ПОДХОДИТ ДЛЯ: ритейл сети, производители гаджетов, игровые выставки и конференции, медиа-компании

SOFTCLUB НА ИГРОМИРЕ



AlinaRin и WeLoveGames ведут мероприятия на стенде M.видео и SoftClub на ИгроMире 2017

[Программа мероприятия](#)

М.ВИДЕО НА ЕЗ



2 стримера комментировали прямую трансляцию игровой конференции ЕЗ на Twitch-канале M.видео

[Анонс мероприятия](#)

ПРОМО ШОУ НА ТВ-3



Стримеры общались с Дедом Пахомом в прямом эфире – продвижение шоу «Сверхъестественный отбор» на ТВ-3

[Видео с мероприятия](#)



www.streampub.net

ОБЗОРЫ

СТРИМЕРЫ ПОЛЬЗУЮТСЯ
ПРОДУКТОМ И
ЗАПИСЫВАЮТ СВОИ
ВПЕЧАТЛЕНИЯ

СТРИМЕР ДЕЛАЕТ ТЕСТ-ДРАЙВ ПРОДУКТА

ФОРМАТ: стримеры как проводники в мир гаджетов и комп.игр используют продукты и говорят об их качестве своей аудитории

ВАЖНО: обзор может быть как в формате прямого эфира с тестированием продукта, так и отдельно записанного видео-ролика на YouTube канале стримера.

ПОДХОДИТ ДЛЯ: производителей гаджетов и издателей игр.

МОНИТОРЫ AOC



Стримеры проводили обзоры новых игровых мониторов АОС в совместной акции с фильмом Кредо Убийцы.

[Статья в блоге](#)

НОУТБУКИ LEGION



Стримеры проводят прямой эфир с игрой на ноутбуке + выкладывают на YT канал творческий ролик.

[Видео-обзор](#)

ИГРА BRAWL OF AGES



Youtube блоггеры по Clash Royale рассказывают об игре ВоA как о Clash Royale в 3D на ПК.

[Обзор игры](#)



www.streampub.net

Розыгрыши

СТРИМЕРЫ РАЗЫГРЫВАЮТ
ПРИЗЫ СРЕДИ ЗРИТЕЛЕЙ

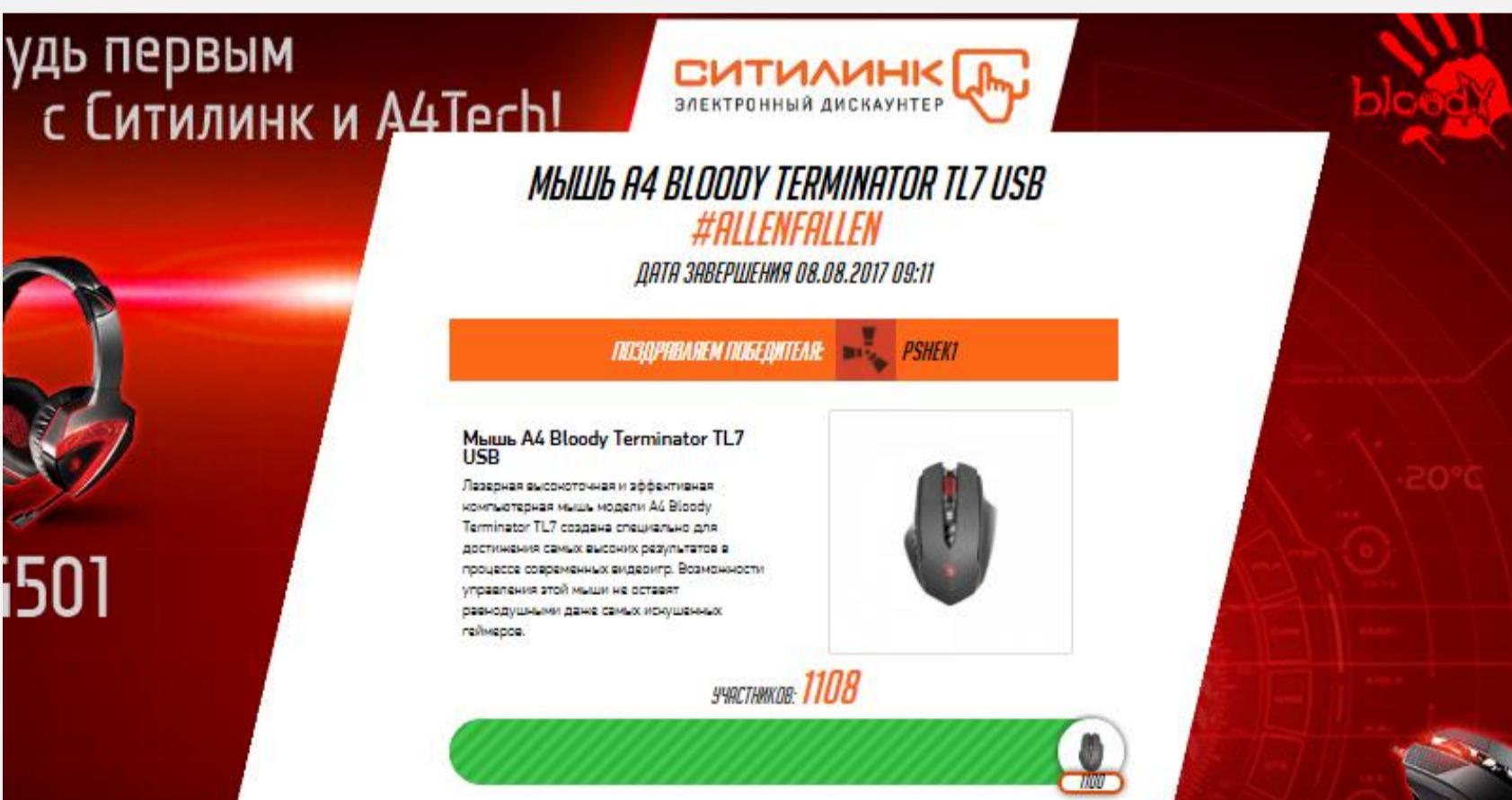
СТРИМЕР СТИМУЛИРУЕТ ЦЕЛЕВЫЕ ДЕЙСТВИЯ

ФОРМАТ: стример объявляет розыгрыш призов среди своих зрителей. Розыгрыш проводится на сайте Streampub.net. Стример показывает брендированную страницу с розыгрышем в прямом эфире, зрители выполняют квесты для повышения шансов на победу.

ВАЖНО: квесты в конкурсной механике – это целевые действия, необходимые бренду

ПОДХОДИТ ДЛЯ: производителей гаджетов, одежды и FMCG (где продукт может использоваться как приз), заинтересованных в CPA-кампаниях (подписки, лайки, UGC, регистрации, установки и т.п.)

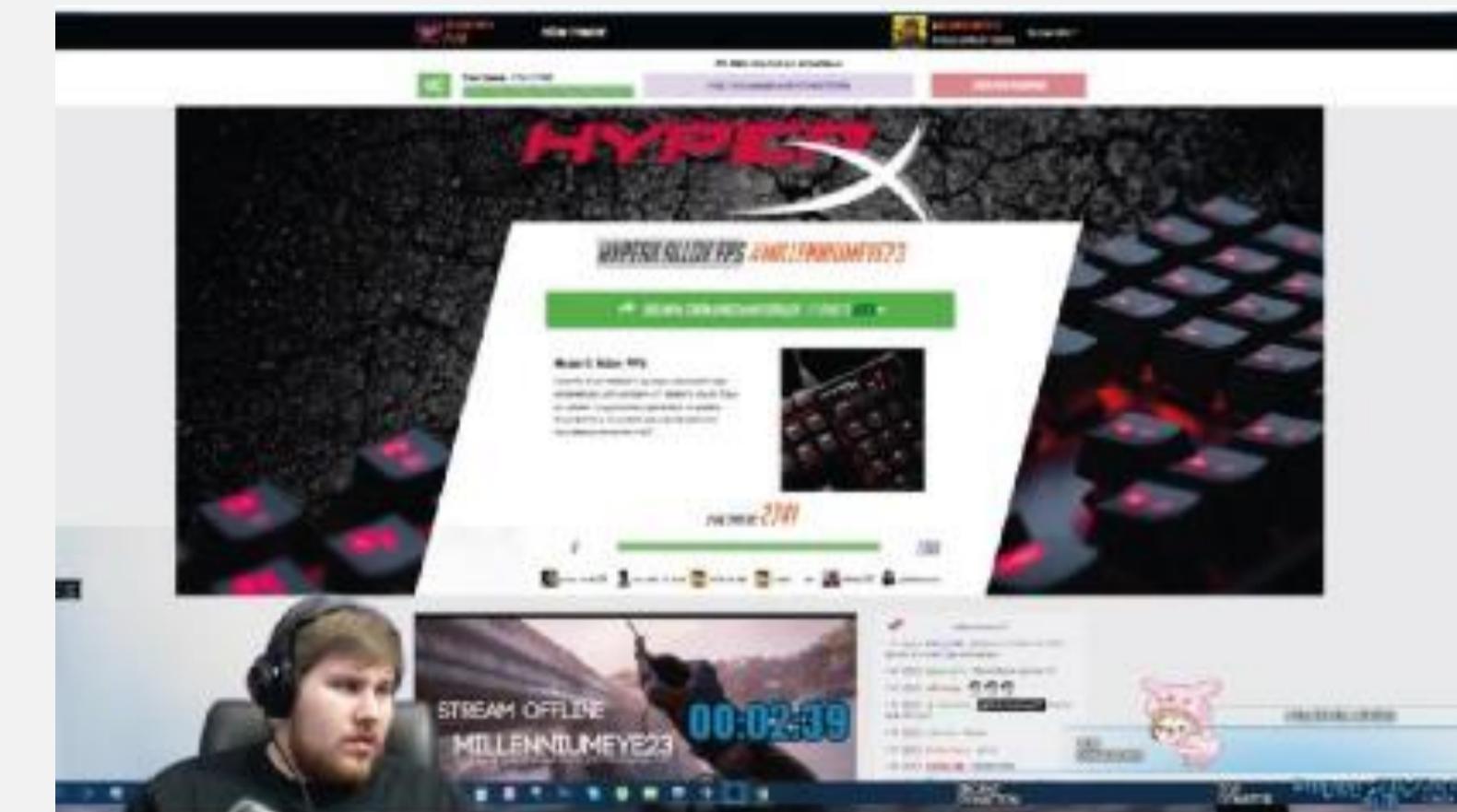
МАГАЗИН СИТИЛИНК



Розыгрыши продукции A4tech с целевыми действиями по переходам на сайт и подпискам на группу.

[Пример розыгрыша](#)

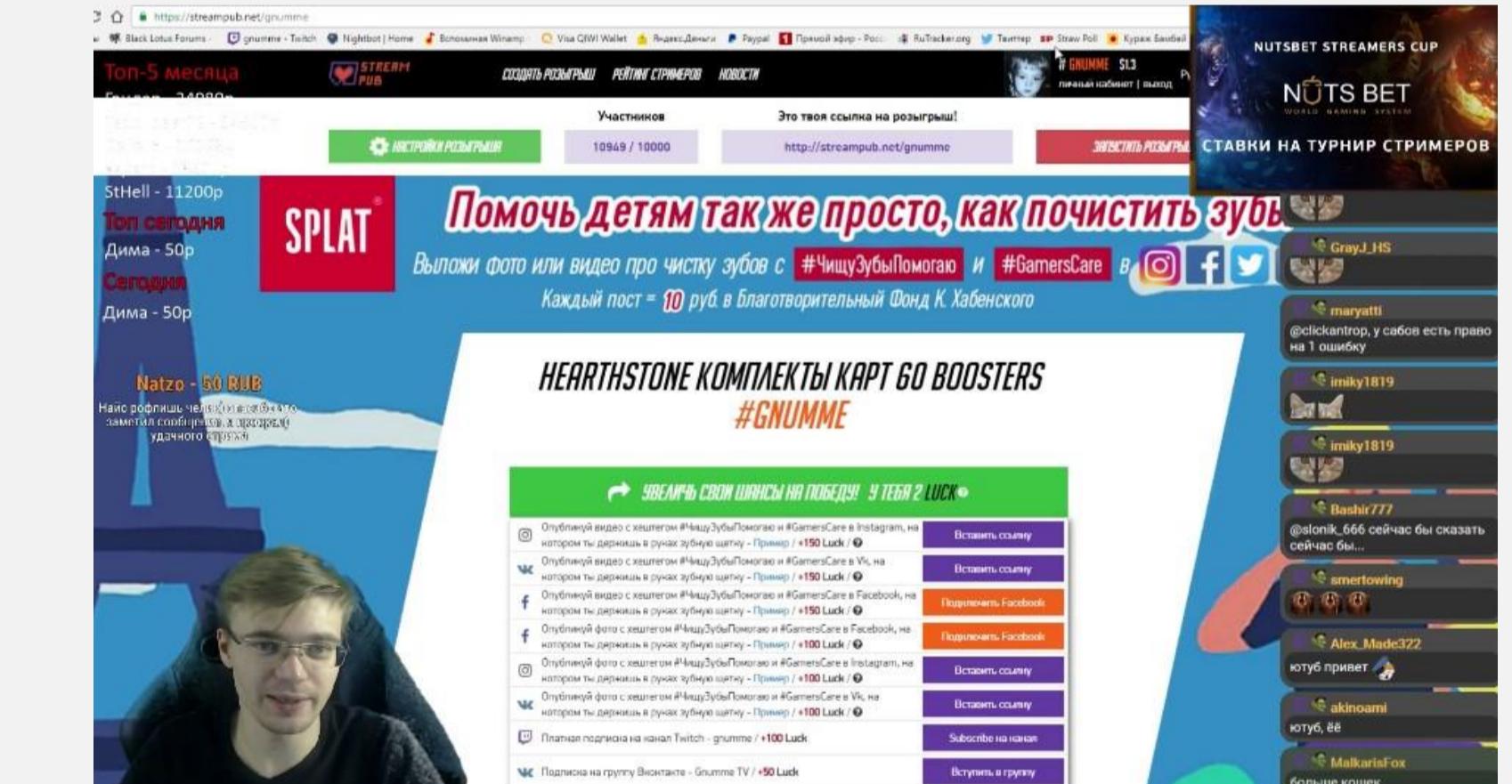
ДЕВАЙСЫ HYPERX



Промо к выходу новой клавиатуры, стример рассказывает о продукте и проводит розыгрыш.

[Статья в блоге](#)

ФЛЕШМОБ SPLAT



Стримеры проводят розыгрыши и на собственном примере показывают, как просто сделать добре дело. За 2 недели собрано 8 тыс.постов с UGC и хештегами акции.

[Статья в блоге](#)

С КЕМ МЫ РАБОТАЕМ?



www.streampub.net

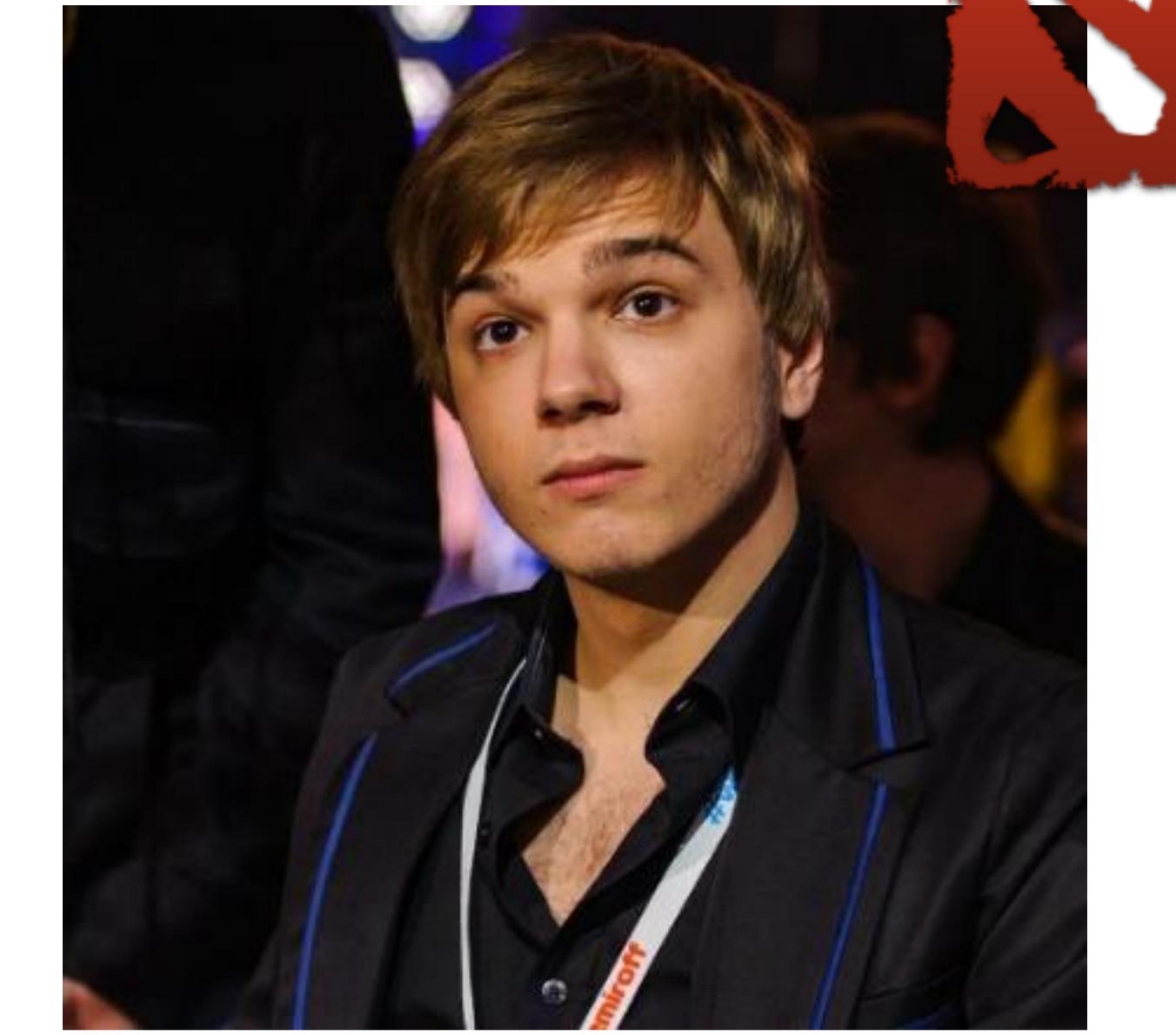
СТРИМЕРЫ СНГ

БОЛЕЕ 440 СТРИМЕРОВ С
250 000+
ОДНОВРЕМЕННЫХ
ЗРИТЕЛЕЙ



Gnumme

CCV*: 7 500
 Daily views*: 35 000
 Subscribers: 90 130
 Monthly views: 780 000



A1taoda

CCV*: 4 000
 Daily views*: 55 000
 Subscribers: 145 827
 Monthly views: 1 200 000



WeLoveGames

CCV*: 4 000
 Daily views*: 70 000
 Subscribers: 92 000
 Monthly views: 370 000



ceh9

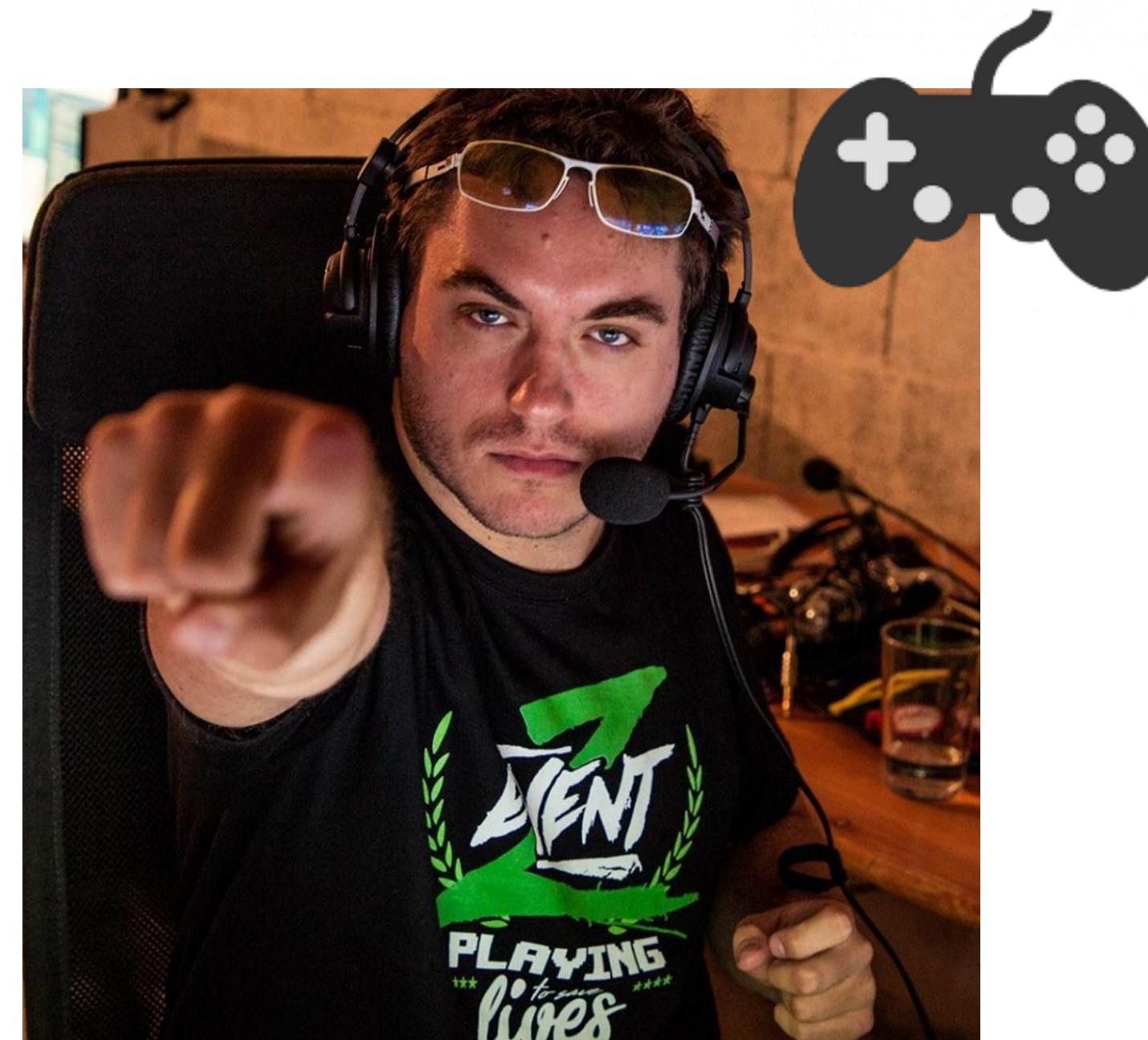
CCV*: 1 600
 Daily views*: 13 000
 Subscribers: 465 031
 Monthly views: 1 751 000



www.streampub.net

СТРИМЕРЫ ЕВРОПА

БОЛЕЕ 300 СТРИМЕРОВ С
100 000+
ОДНОВРЕМЕННЫХ
ЗРИТЕЛЕЙ



[ZeratoR](#)

CCV*: 7 700
 Daily views*: 48 000
 Subscribers: 513 000
 Monthly views: 5 500 000



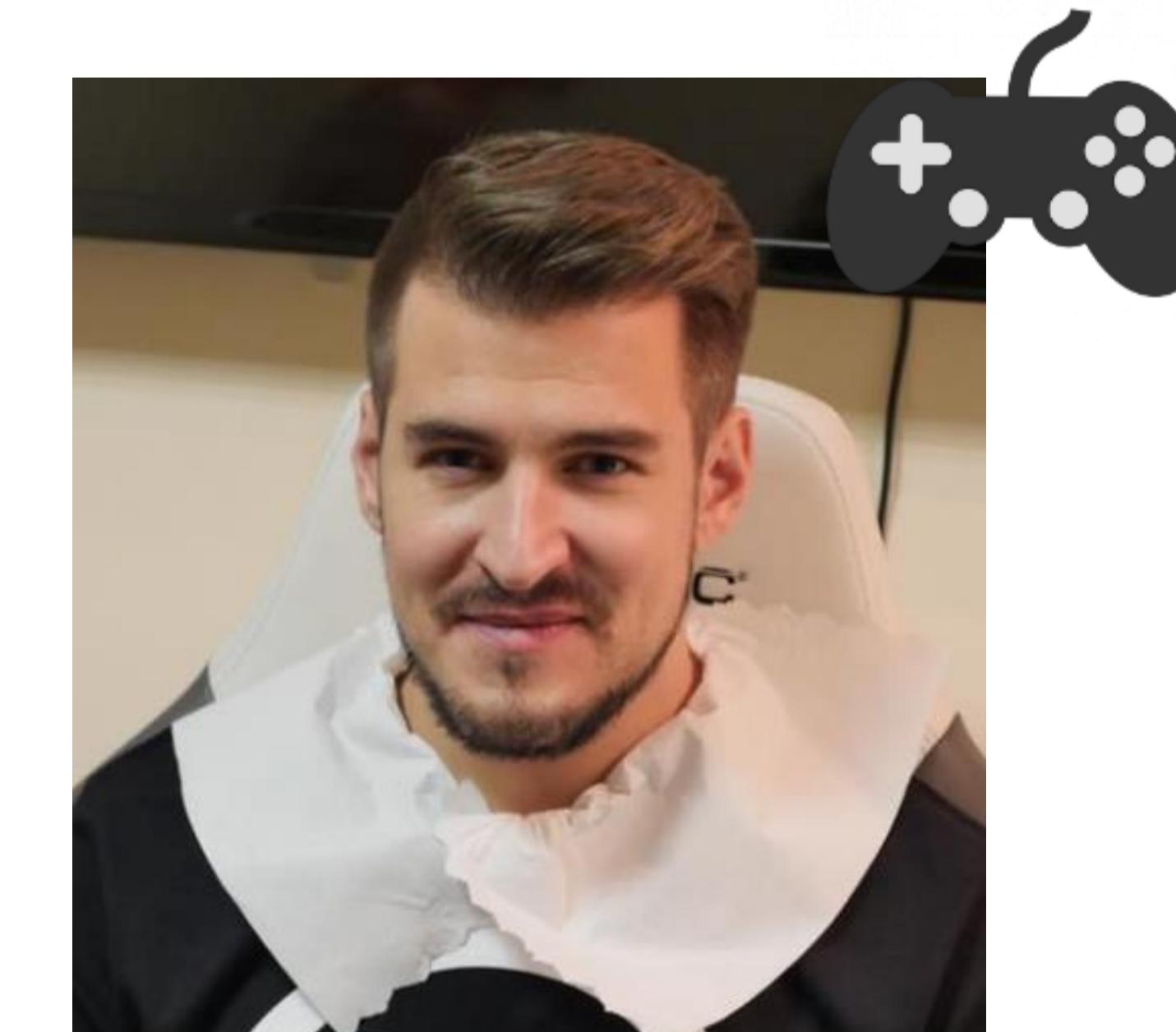
[Nervarien](#)

CCV*: 6 200
 Daily views*: 70 000
 Subscribers: 420 000
 Monthly views: 4 700 000



[AndyPyro](#)

CCV*: 1 000
 Daily views*: 15 000
 Subscribers: 31 000
 Monthly views: 230 000



[izak000](#)

CCV*: 5 300
 Daily views*: 60 000
 Subscribers: 1 500 000
 Monthly views: 7 000 000



www.streampub.net

СТРИМЕРЫ США

БОЛЕЕ 240 СТРИМЕРОВ С
200 000+
ОДНОВРЕМЕННЫХ
ЗРИТЕЛЕЙ



[Summit1g](#)

CCV*: 25 000
 Daily views*: 295 000
 Subscribers: 330 000
 Monthly views: 2 600 000



[Imaqtpie](#)

CCV*: 20 500
 Daily views*: 160 000
 Subscribers: 1 300 000
 Monthly views: 14 000 000



[Dr Disrespect](#)

CCV*: 23 000
 Daily views*: 200 000



[VoyBoy](#)

CCV*: 6 200
 Daily views*: 60 000
 Subscribers: 434 000
 Monthly views: 1 000 000

KTO НАС ЗНАЕТ?



КОНЕЧНЫЕ КЛИЕНТЫ

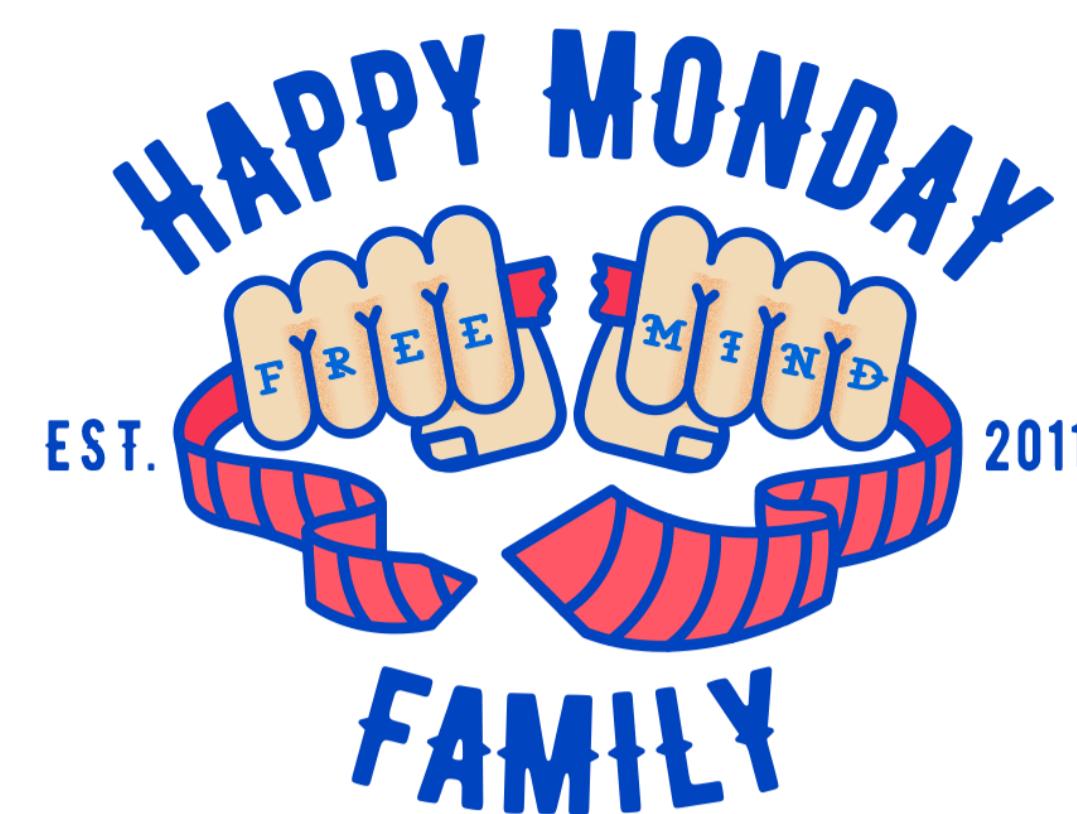
МЫ СДЕЛАЛИ ПРОМО
ДЛЯ 35 КОМПАНИЙ ЗА
2016 ГОД





РЕКЛАМНЫЕ АГЕНТСТВА

УСПЕШНО ПРОВЕЛИ
СОВМЕСТНЫЕ КАМПАНИИ
С 10 АГЕНТСТВАМИ



СМИ о STREAMPUB

... о некоторых из
которых даже
опубликовали статьи

AdIndex.ru

Три подхода к рекламе у
геймеров

**СЕКРЕТ
ФИРМЫ**

Зачем и как
рекламироваться
в трансляциях
videogr на
Twitch

CoSSA

3 главных вопроса
рекламодателя
про киберспорт

VC.ru

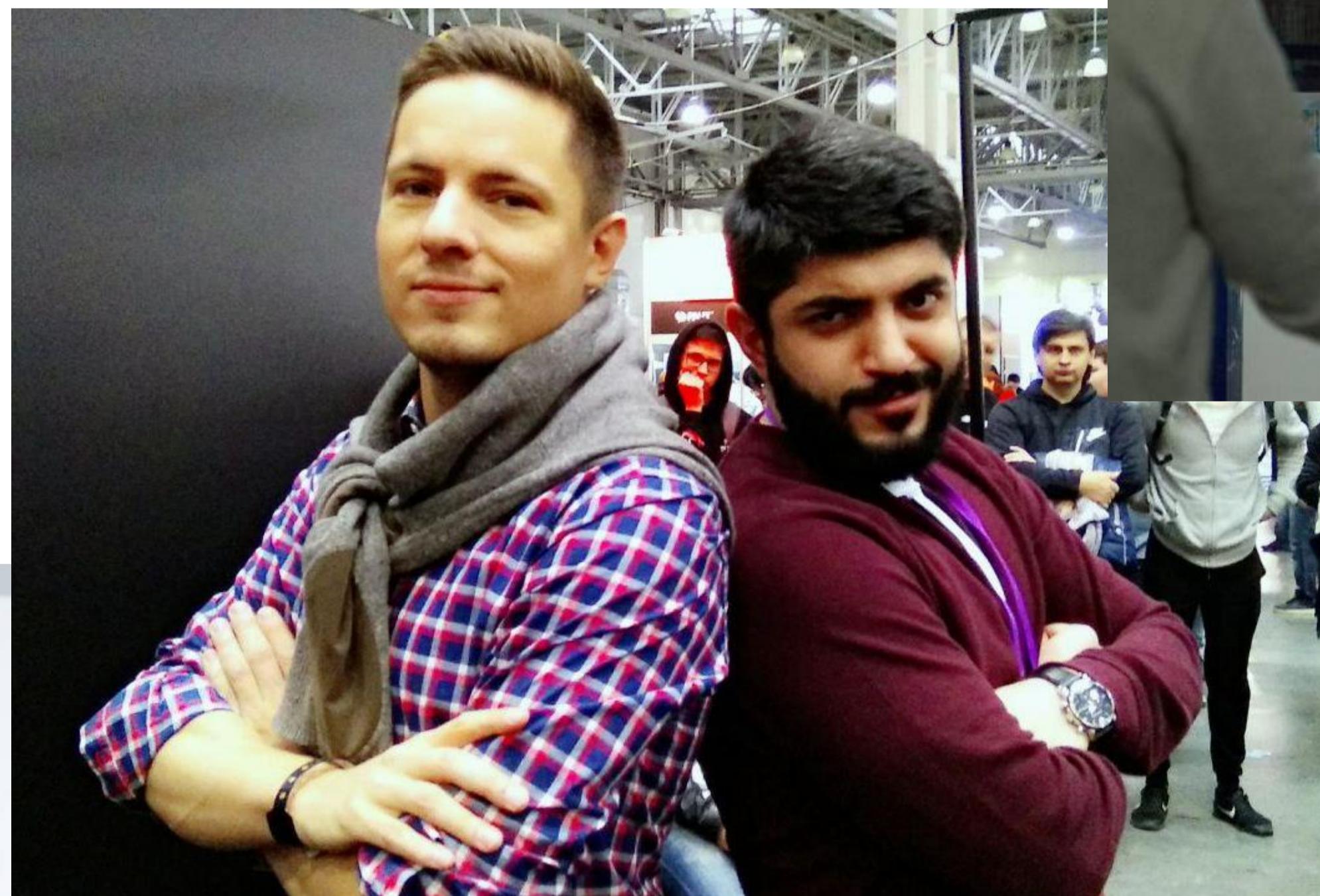
Twitch-эффект

НАГРАДЫ STREAMPUB

... И НЕКОТОРЫЕ ИЗ
КОТОРЫХ БЫЛИ
ОТМЕЧЕНЫ ЭКСПЕРТАМИ



Золото в номинации «Молодой Меркурий»
июнь 2016



Hello
blogger



Лучшая коллаборация с игровым блоггером
октябрь 2016

СПАСИБО!

ПРИСЫЛАЙТЕ БРИФЫ,
БУДЕМ РАДЫ ПОДГОТОВИТЬ
КЛАССНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ!

ОЛЬГА КОРЯКИНА

директор по развитию бизнеса



ok@streampub.net



+7 (977) 970-60-17



koryakinaoa