

ЛИДЕР ИГРОВЫХ МЕДИА “MEDIA UNITED”



ИГРОМАНИЯ И КАНОБУ



ИГРО
МАНИЯ



МЫ — КРУПНЕЙШИЕ ИГРОВЫЕ МЕДИА РУНЕТА

Каждый третий активный геймер страны
пользуется нашими ресурсами.



Пересечение
аудитории обоих
сайтов составляет
всего 10%

+ **6,5** млн.
УНИКАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
КАНОБУ

+ **3,5** млн.
УНИКАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
ИГРОМАНИИ

4,5 млн.
ПОДПИСЧИКОВ В **СОЦ. СЕТЯХ**



КАНОБУ

Канобу – лучшее развлекательное медиа о поп-культуре.

Наша аудитория – миллениалы крупных городов. Им интересны фильмы и сериалы, игры и музыка, комиксы и аниме, блогеры и стримеры, а также нейросети и гаджеты.

Мы объясняем, что происходит, что на хайпе и что круто.

6 500 000

УНИКАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В МЕСЯЦ

ГЕО

Россия **77%**
Москва **20%**
Санкт-Петербург **9%**

УСТРОЙСТВА

ПК **39%**
Смартфоны **61%**

ВОЗРАСТ

18-24 года **26%**
25-34 года **39%**
35-44 года **18%**

ПОЛ

Мужчины **69%**
Женщины **31%**

По данным
Google Analytics,
январь 2020



ИГРОМАНИЯ

Игромания — самый узнаваемый игровой бренд.

Наша аудитория всегда в курсе всех новостей и важных тем как мира игр, так и кино. И наша задача — дать им максимум информации.

Для этого у нас есть статьи, видео, подкасты, стримы и спецпроекты, которые всегда интересны нашей аудитории.

3 450 000

УНИКАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В МЕСЯЦ

ГЕО

Россия **77,6%**
Москва **20%**
Санкт-Петербург **9%**

ВОЗРАСТ

18-24 года **25%**
25-34 года **43%**
35-44 года **17%**

УСТРОЙСТВА

ПК **38%**
Смартфоны **62%**

ПОЛ

Мужчины **62%**
Женщины **38%**

По данным
Google Analytics,
январь 2020



ЧТО МЫ ДЕЛАЕМ



OUT-STREAM
ВИДЕОРЕКЛАМА

ИНТЕРАКТИВНЫЕ СПЕЦПРОЕКТЫ

РЕКЛАМНЫЕ ИНТЕГРАЦИИ
НА TWITCH И YOUTUBE

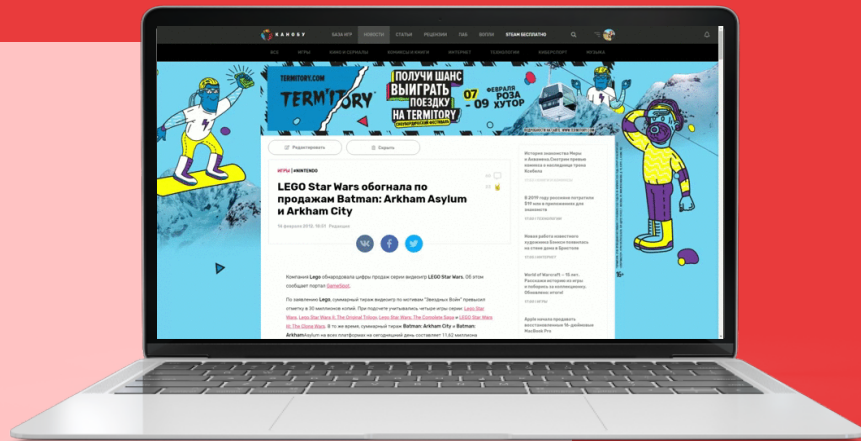
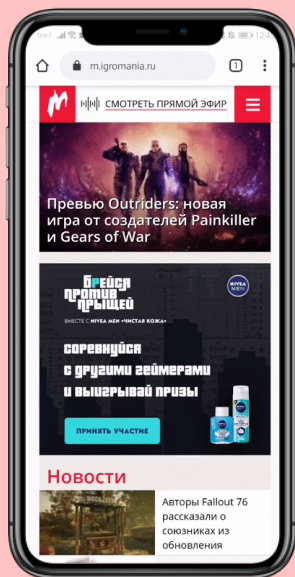
СПЕЦПРОЕКТЫ
С ИНФЛЮЕНСЕРАМИ

ПАРТНЕРСКИЕ
МАТЕРИАЛЫ

МЕДИЙНАЯ
РЕКЛАМА

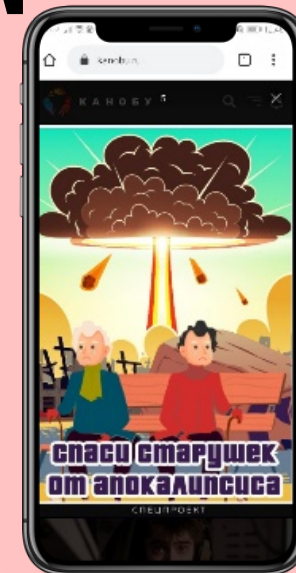
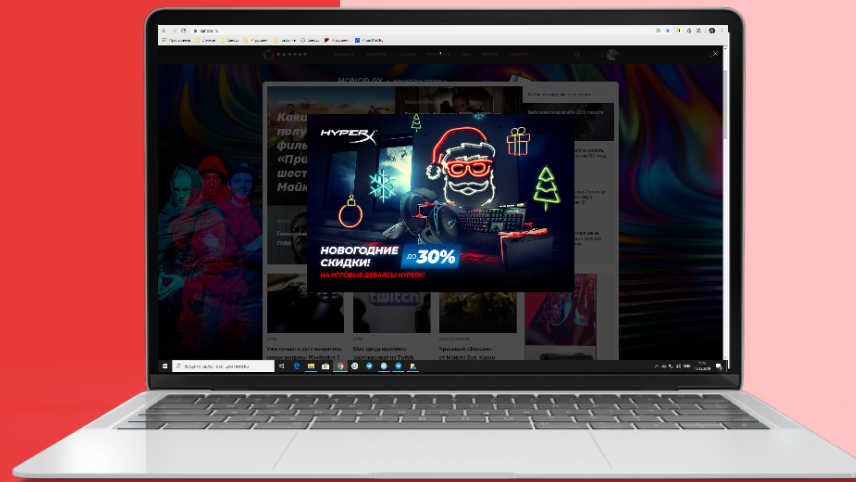
ONLINE-TO-OFFLINE
ПРОЕКТЫ

МЕДИЙНЫЕ ФОРМАТЫ



BRANDING
DESKTOP+MOBILE

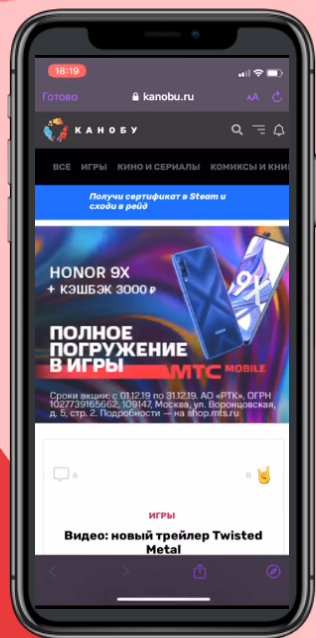
FULLSCREEN
DESKTOP+MOBILE



МЕДИЙНЫЕ ФОРМАТЫ

BILLBOARD

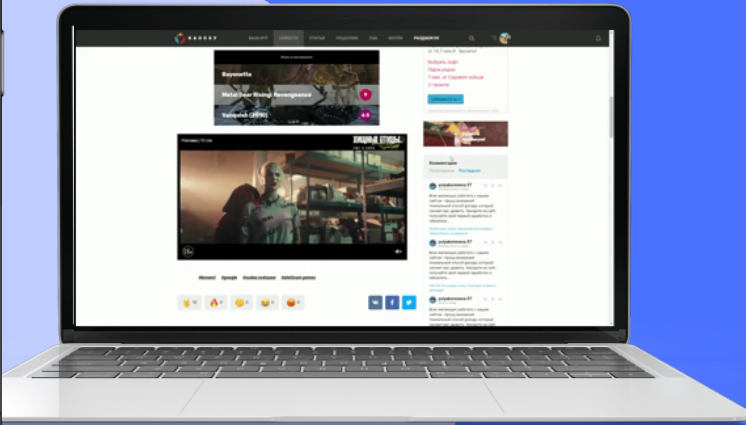
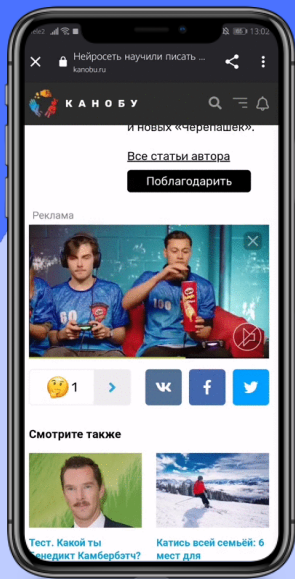
DESKTOP+MOBILE



INTERSCROLLER

MOBILE

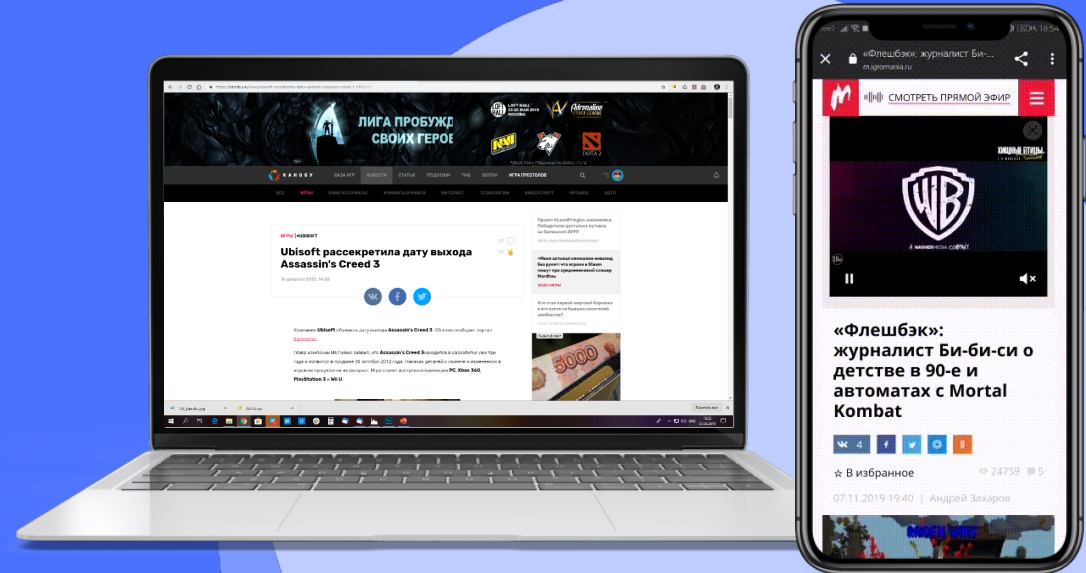
OUT-STREAM VIDEO



IN-READ VIDEO DESKTOP+MOBILE



INTERSCROLLER



ПЕРЕТЯЖКА С ВИДЕО DESKTOP+MOBILE

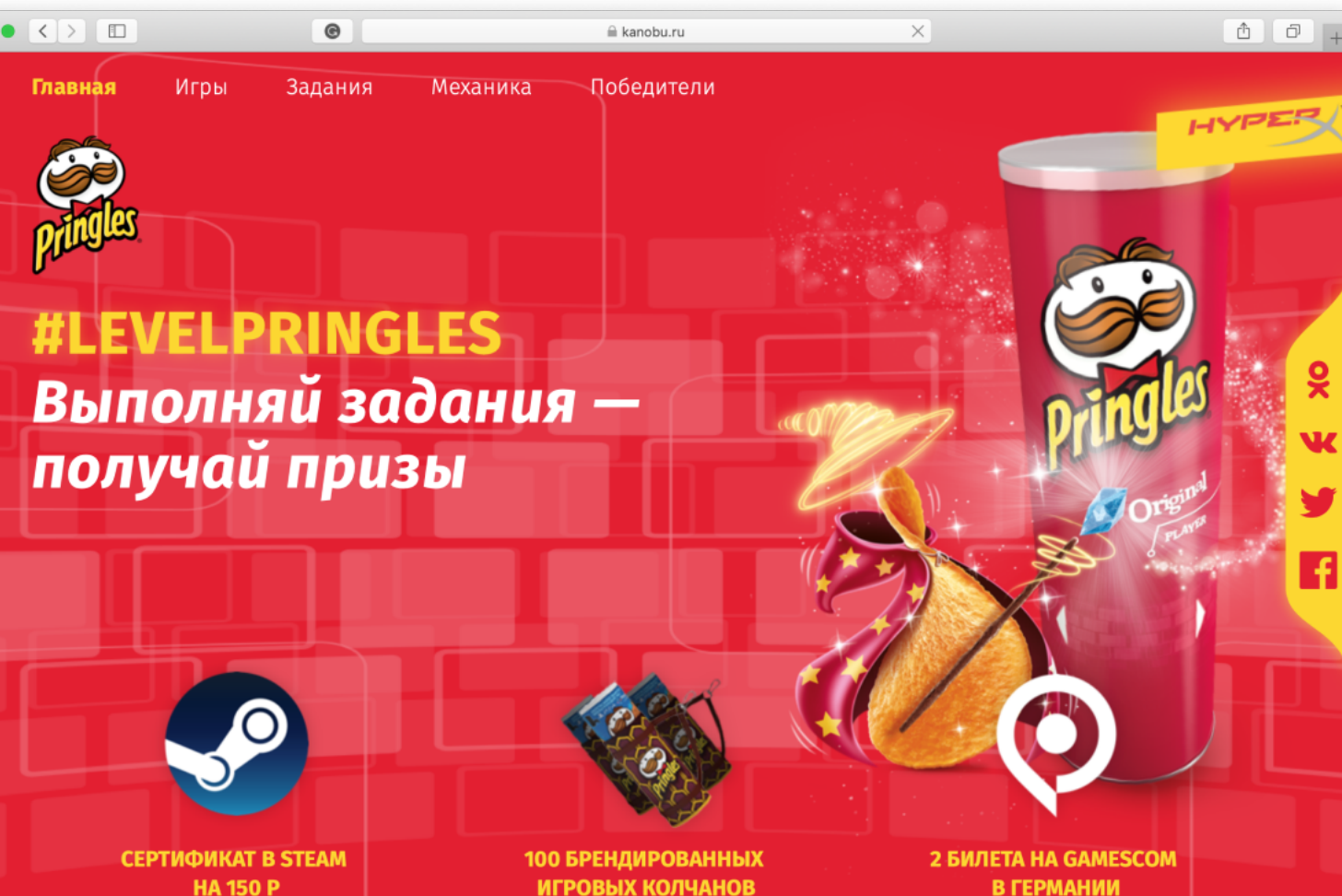
СПЕЦПРОЕКТЫ

ИГРОВАЯ МАНИЯ



#LEVELPRINGLES

kanobu.ru/special/levelpringles



Победитель ВЕМА 2020 в номинации
“Лучший проект для видеоигровой индустрии”



ЦЕЛЬ

Охватить максимальное
число геймеров, создав
контент на основе
топ-100 игр

ПЛОЩАДКА

Канобу

ФОРМАТ

Лендинг+баттл

АНОНСИРОВАНИЕ

Медийные и редакционные
форматы+поддерживающий
конкурс от HyperX

ИНТЕГРАЦИЯ

Логотип, фирменный
стиль, конкурс

6 МЛН.

УНИКАЛЬНЫХ
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

БОЛЕЕ

10000

ГЛУБОКИХ ВОВЛЕЧЕНИЙ
(СКРИНКАСТЫ,
СКРИНЫШОТЫ, РЕПОСТЫ)

СПЕЦПРОЕКТЫ

ИГРОМАНИЯ

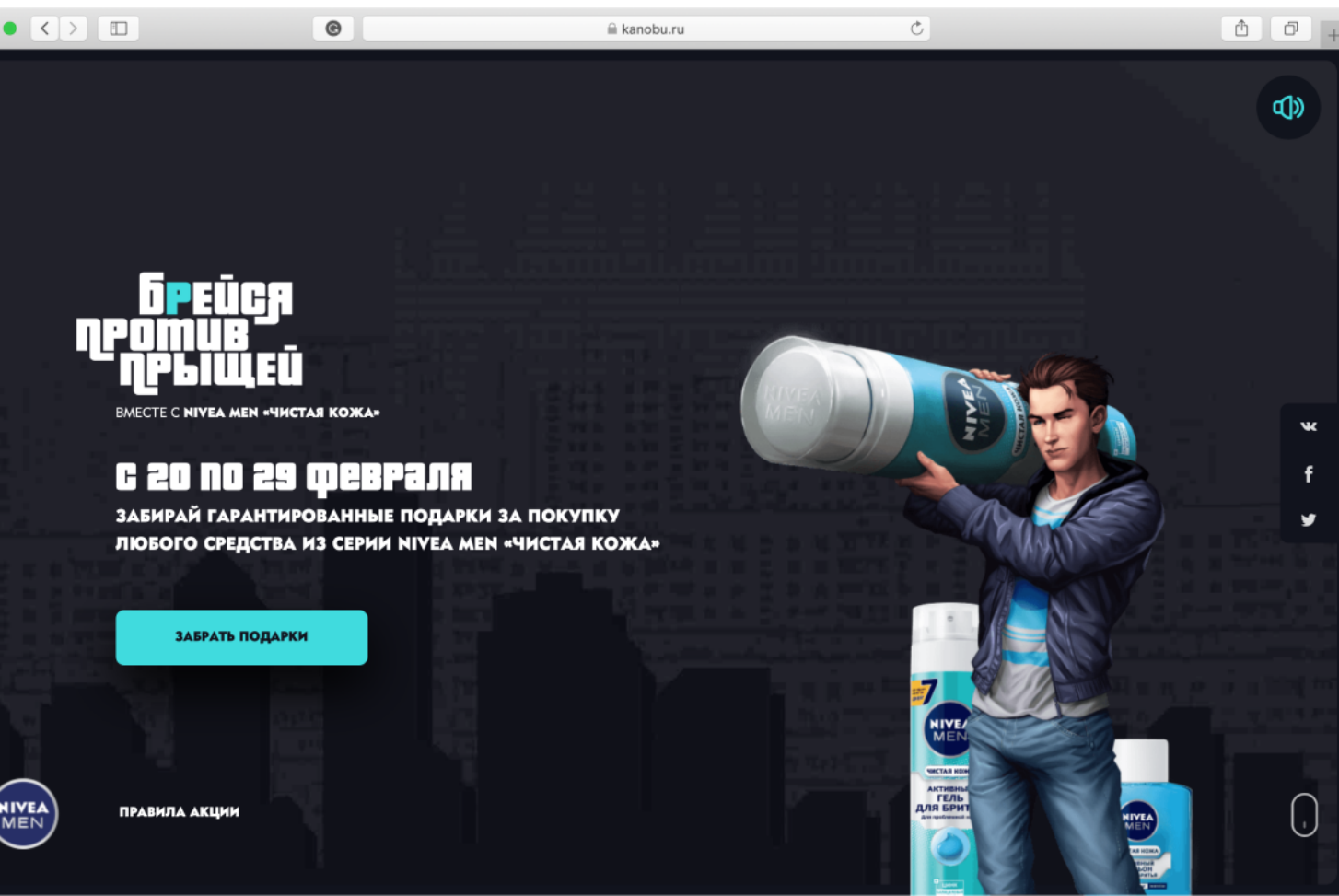


NIVEA MAN

Online To Offline
механика

Январь-Февраль,
2020 год

kanobu.ru/project/nivea_for_men



ЦЕЛЬ

Рассказать геймерам про новую линейку продукции для бритья и стимулировать к покупке через следующую механику:

- Обмен чека от покупки набора Nivea на сертификаты Ivi/Steam/Яндекс.Еда
- Розыгрыш PS4 среди всех прошедших интерактивный квиз участников

ПЛОЩАДКА

Канобу, Игромания

ФОРМАТ

Лендинг с интерактивом

АНОНСИРОВАНИЕ

Кросс-платформенное, редакционные фичеры, посты в соц. сетях

> 150 000

ОХВАТ ЛЕНДИНГА

> 13 000

ПРОШЕДШИХ ТЕСТ

> 6 млн.

ОХВАТ АНОНСИРОВАНИЯ

ИНТЕГРАЦИЯ

Логотип, фирменный стиль, конкурс

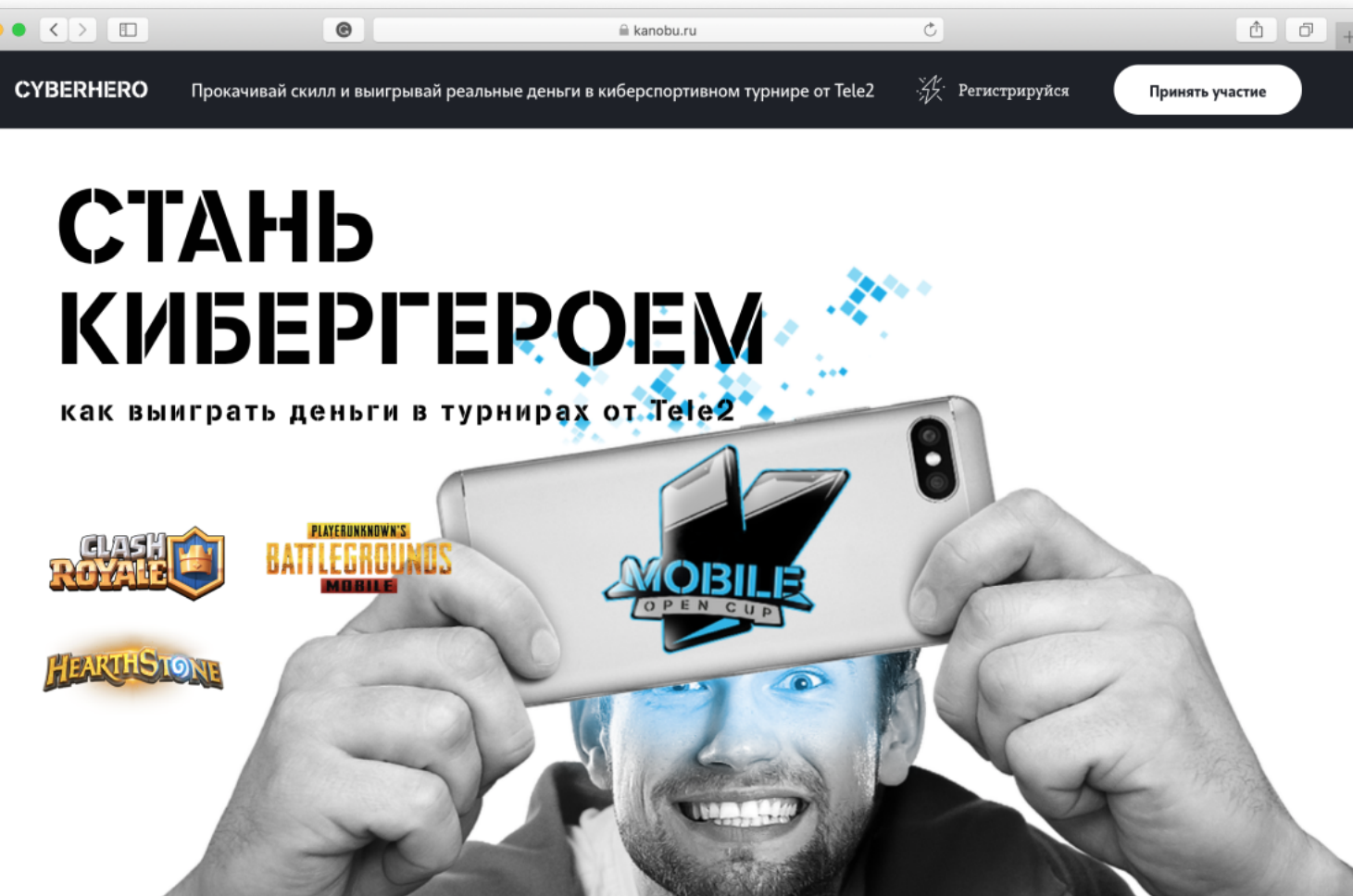
СПЕЦПРОЕКТЫ

ИГРОВАЯ МАНИЯ



TELE2 CYBERHERO

kanobu.ru/project/tele2moc



В
5 раз

перевыполнен таргет клиента по регистрациями на лендинге cyberhero.tele2.ru

ЦЕЛЬ

Рассказать о турнире Tele2 и мотивировать к регистрации на нем

>30 000 UV

ПЛОЩАДКА

Канобу

ОХВАТ ЛЕНДИНГА

ФОРМАТ

Лендинг, тест, конкурс

>7 МЛН. UV

АНОНСИРОВАНИЕ

Медийные и редакционные форматы

ОХВАТ АНОНСИРОВАНИЯ

ИНТЕГРАЦИЯ

Логотип, фирстиль, ссылка на лендинг клиента

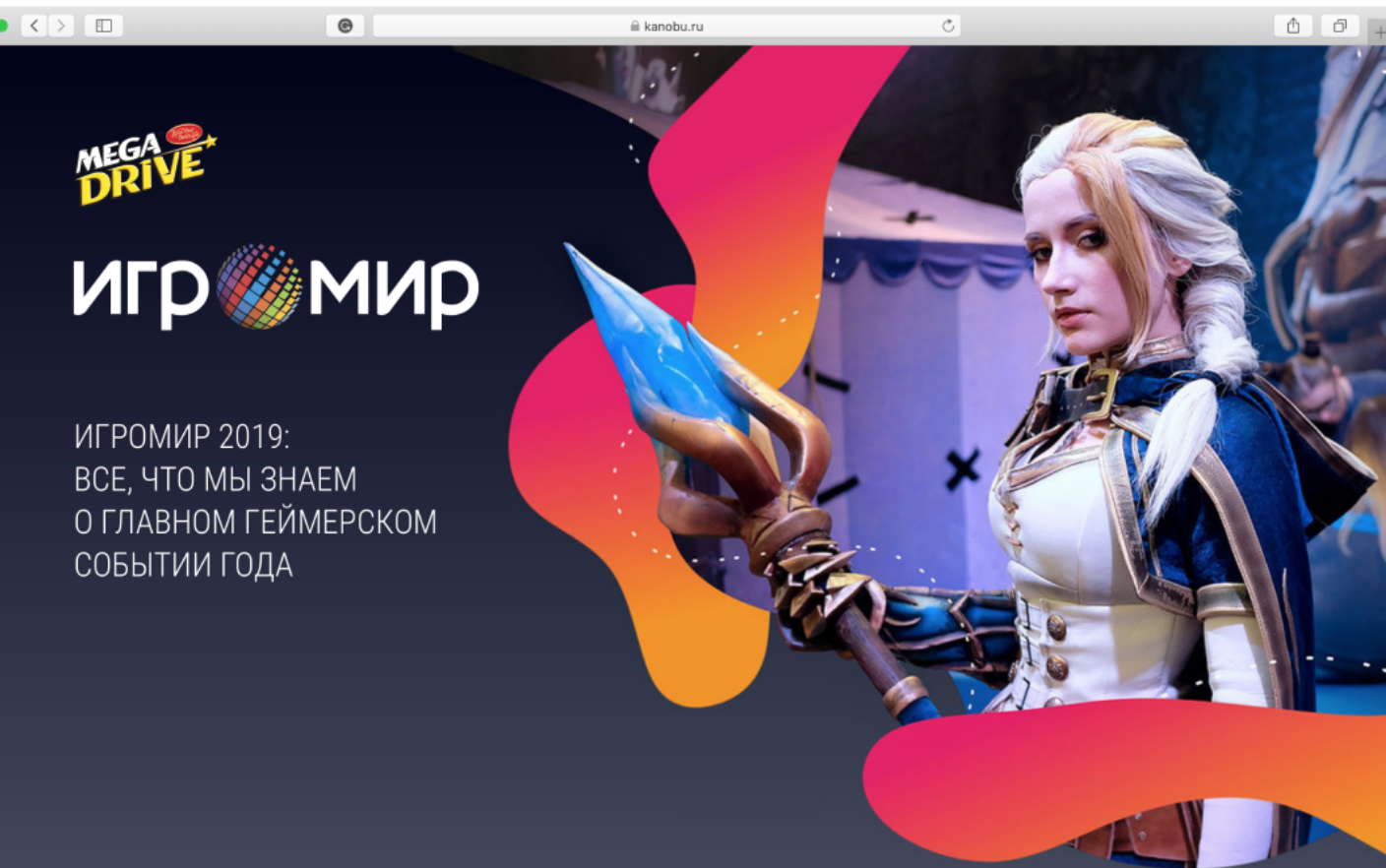
СПЕЦПРОЕКТЫ

ИГРОМАНИЯ



MEGADRIVE ИГРОМИР×COMICCON

kanobu.ru/project/igromir2019



ОПИСАНИЕ

Запустили два лендинга на разных площадках. Каждый лендинг – гид, что посмотреть и сделать на главном событии страны для всей геймеров и киноманов

ЦЕЛЬ

Анонс мероприятий платинового партнера – компании Mega Drive на Игромире и ComicCon 2019

ПЛОЩАДКА

Канобу, Игромания

ФОРМАТ

Лендинг

> 17 000 UPV

ОХВАТ ЛЕНДИНГА

> 1.8 МЛН

ОХВАТ АНОНСИРОВАНИЯ

СПЕЦПРОЕКТЫ

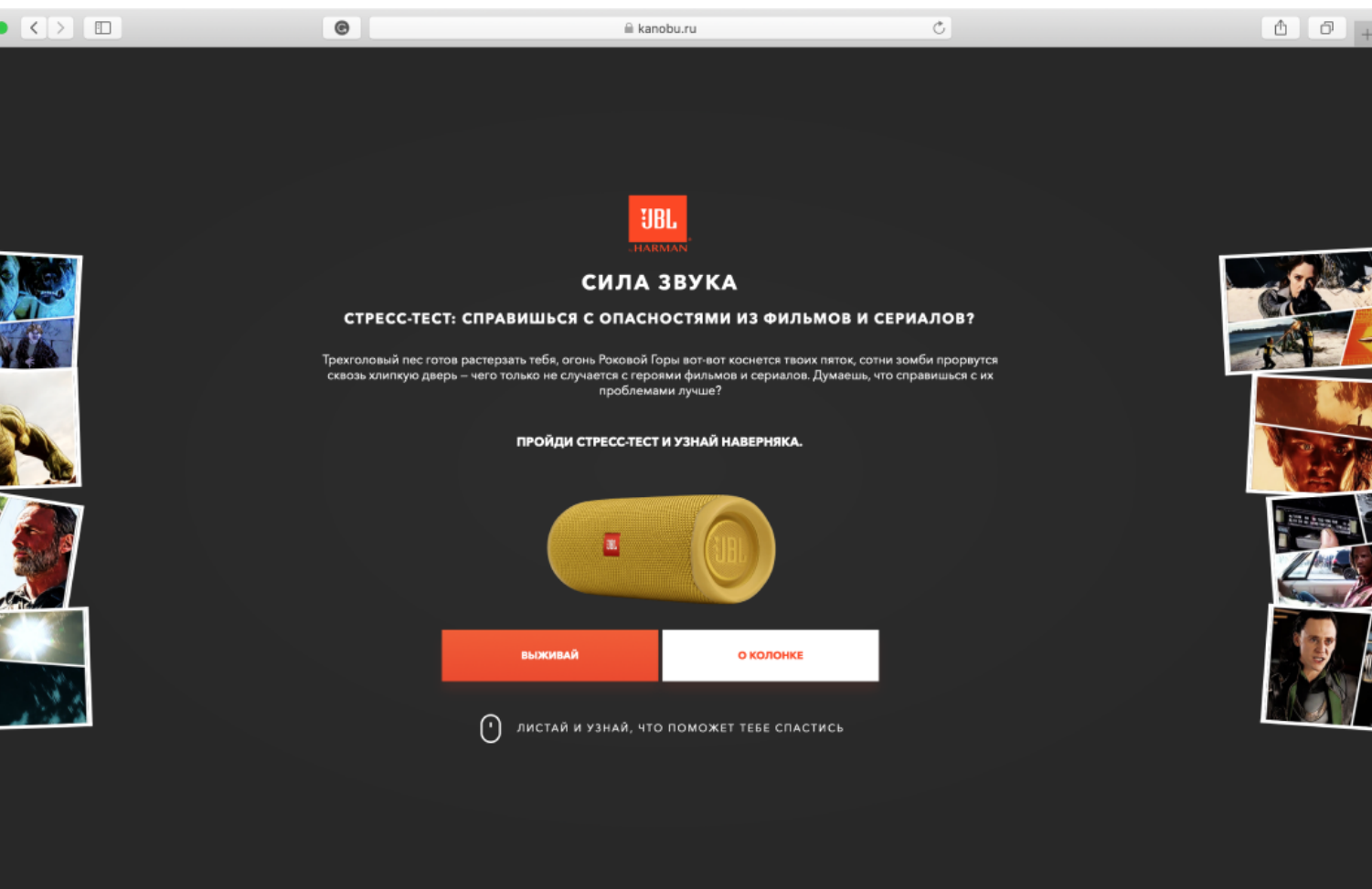
JBL

kanobu.ru/project/jbl_flip5

ИТРО
МАНИЯ



Декабрь–Январь,
2019/2020 год



ЦЕЛЬ

Рассказать аудитории
о новой JBL Flip 5

ПЛОЩАДКА

Канобу

ФОРМАТ

Лендинг, игра, тест
и конкурс

>33 000 UPV

РЕЗУЛЬТАТЫ ЛЕНДИНГА

>7 000 UPV

ЗАВЕРШИЛИ ТЕСТ

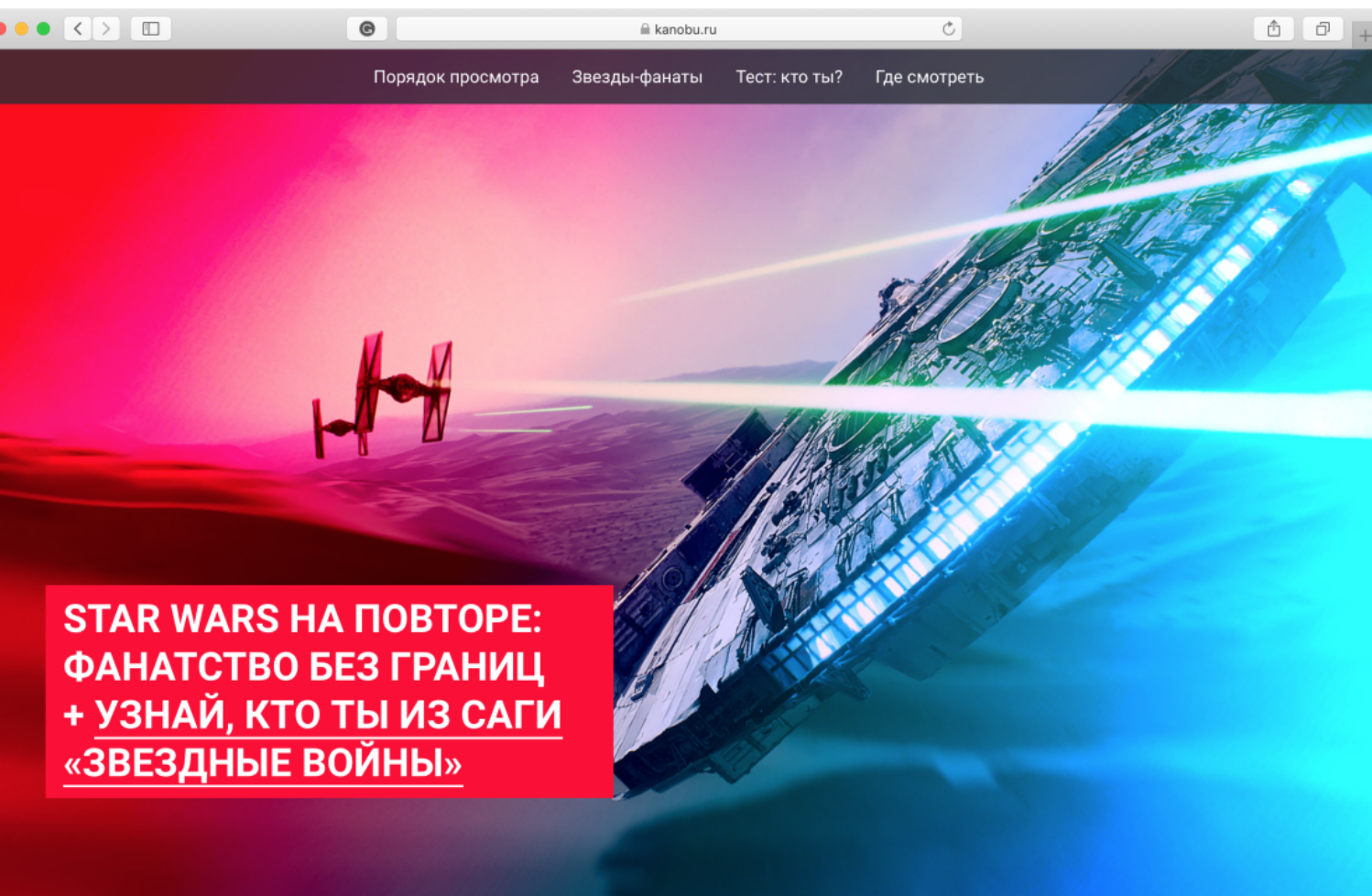
СПЕЦПРОЕКТЫ IVI × DISNEY

ИПРОМАНИЯ



Декабрь–Январь,
2019/2020 год

kanobu.ru/project/starwars



ОПИСАНИЕ

Запустили лендинг, который работал на разную аудиторию: напоминал про фанатство тем, кто глубоко в теме; помогал разобраться с последовательностью, кто только слышал о саге или не смотрел ее всю и доступно объяснял хронологию для совсем новичков. В завершение предлагали пройти тест и узнать свой типаж.

ЦЕЛЬ

Рассказать о том, что в подписку вошли серии Саги, которых нет в других онлайн-кинотеатрах, мотивировать переходить на лендинг

ПЛОЩАДКА

Канобу

ФОРМАТ

Лендинг + тест

>26 000 UPV

РЕЗУЛЬТАТЫ ЛЕНДИНГА

>11 000 UPV

ЗАВЕРШИЛИ ТЕСТ

СПЕЦПРОЕКТЫ

ИТРО
МАНИЯ



АМЕДИАТЕКА

kanobu.ru/special/amediateka

Апрель – Май,
2019 год

ОПИСАНИЕ

Лендинг с главным СТА – Оставь три предсказания в нашем “Оракуле” и ответь на вопросы: Кто выживет? Кто умрет? Кто займет Железный трон? Те, кто дал самое правдивое предсказание – получают годовую подписку, кто немного ошибся – полугодовую подписку, а также первые 200 ответивших получают подписку на 2 недели

ЦЕЛЬ

Продвинуть ассоциации.
Игра престолов = Амедиатека
= Удобный онлайн-кинотеатр
с эксклюзивами

>30 000 UPV

РЕЗУЛЬТАТЫ ЛЕНДИНГА

ПЛОЩАДКА

Канобу

>4,0 МЛН.

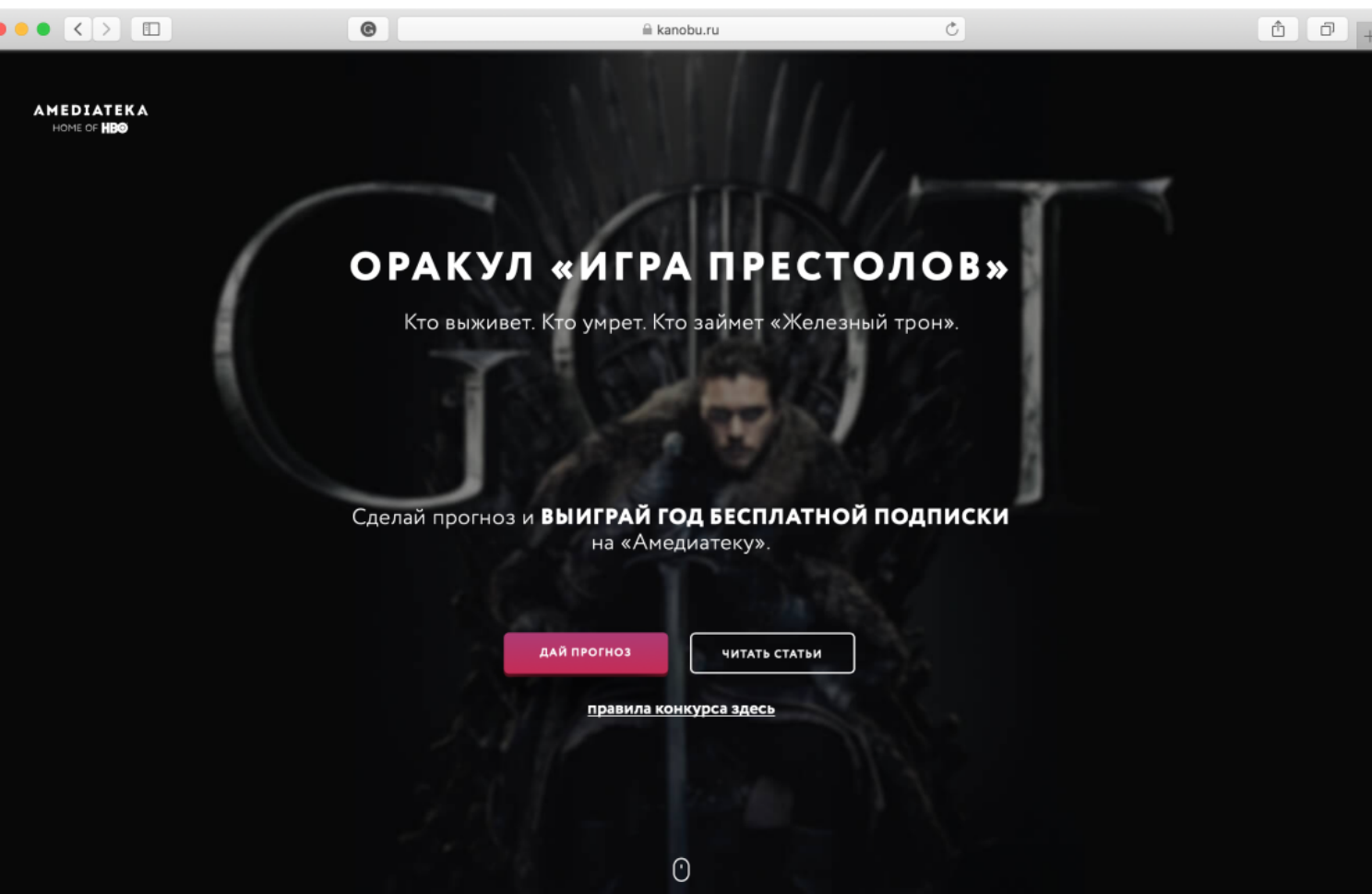
ОХВАТ АНОНСИРОВАНИЯ

ФОРМАТ

Лендинг + тест

>8000 UPV

УЧАСТНИКИ



ВИДЕО

ИГРОВАЯ
МАНИУЛА

На наших каналах на YouTube и Twitch мы ежедневно публикуем большое количество видеоконтента. Внутри холдинга есть свой видеопродакшн. Это позволяет нам делать разные по сложности интеграции для рекламодателей:

- Нестандартные партнерские кампании на Twitch
- Рекламные проекты на YouTube по утвержденному сценарию
- Кастомные видеопродукты, которые мы делаем «навынос» либо дистрибуцируем, используя свои и партнерские каналы коммуникации



190 МЛН.

ПРОСМОТРОВ

TOP-30

WORLDWIDE TWITCH-USERS
ПО ВЕРСИИ SOCIAL BLADE

450 МЛН.

ПРОСМОТРОВ

ВИДЕО

ИГРОВАЯ МАНИА

- Рекламная интеграция
- Product placement
- IRL (In Real Life)
- Медийные форматы

(Pre-Roll, баннер перед трансляцией, баннер в подвале, ссылка в чат-боте)



- Рекламная интеграция (хронометраж до 3 минут)
- Let's play
- Product placement
- Отдельный ролик/Видеообзор (ролик, целиком посвященный продукту)
- Pre-Roll



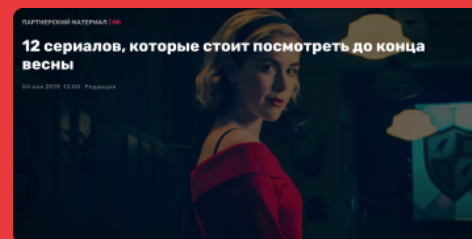
МЫ СДЕЛАЛИ БОЛЕЕ
1000

ПАРТНЕРСКИХ МАТЕРИАЛОВ
3 ЗА ПОСЛЕДНИЕ
ГОДА

Вот некоторые из них:



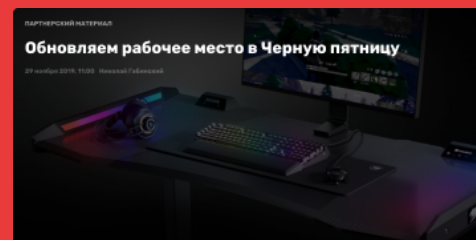
IVI — 12, КОТОРЫЕ СТОИТ
ПОСМОТРЕТЬ ДО КОНЦА
ВЕСНЫ



PV 30 937



KIBERSLON — ОБНОВЛЯЕМ
РАБОЧЕЕ МЕСТО В ЧЕРНУЮ
ПЯТНИЦУ

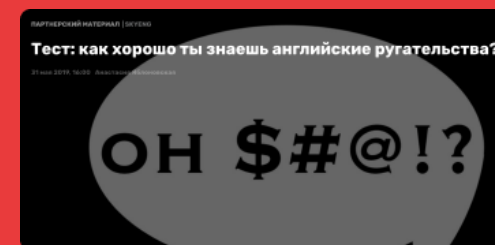


PV 12 024

ПРОШЕДШИХ ТЕСТ 3 268



SKYENG — ТЕСТ: КАК ХОРОШО
ТЫ ЗНАЕШЬ АНГЛИЙСКИЕ
РУГАТЕЛЬСТВА?



PV 26 573

ПРОШЕДШИХ ТЕСТ 5 072

КОМАНДА,

КОТОРАЯ ДЕЛАЕТ ВСЮ РЕКЛАМУ НА КАНОБУ И ИГРОМАНИИ.



Bridge A[gency]
games & entertainment

Павел Береснев, Head of Sales

+ 7(985) 884-00-09
pb@bridge-agency.ru
hello@bridge-agency.ru

Денис Мартынов, Client Service Director

+ 7(985) 748-58-03
dmartynov@bridge-agency.ru

Отдел по работе с клиентами IMHO:

salesgroup@imho.ru