

JAK DOTRZEĆ Z REKLAMĄ DO SPOŁECZNOŚCI NA STREAMIE?

Badanie użytkowników Twitcha.

Open
MOBI

NA ZLECENIE
seegame®

SPIIS TREŚCI

- 1 Dlaczego powstał ten raport i co w nim znajdziesz? 3
- 2 O badaniu 4
- 3 Czym jest Twitch? 6-7
- 4 Kim jest użytkownik Twitcha? 8-14
- 5 Zainteresowania użytkowników 15-16
- 6 Media i rozrywka 17-23
- 7 Styl życia i preferencje 24-28
- 8 Trendy zakupowe 29-33
- 9 Reklamy na streamach 34-36
- 10 Jak stworzyć dobrą reklamę na Twitchu? 37-42

DLACZEGO POWSTAŁ TEN RAPORT I CO W NIM ZNAJDZIESZ?

Gaming, podobnie jak wydawane cyklicznie raporty są **nieodłączną częścią Open Mobi.**

W tegorocznej edycji, obiektem badań była **społeczność streamingowa, zgromadzona wokół platformy Twitch.**

Z TEGO RAPORTU DOWIESZ SIĘ:

- Jaki jest profil widzów na streamach i jak do nich dotrzeć?
- Jakie są najpopularniejsze kategorie streamów na Twitchu?
- Czy warto zainwestować w reklamę na streamie?
- Kiedy warto rozważyć przeprowadzenie kampanii na streamach?

O BADANIU | METODOLOGIA



METODOLOGIA

Ankieta internetowa (CAWI)



REALIZACJA

Sierpień 2023



CZAS TRWANIA WYWIADU

15 minut



WYBÓR PRÓBY

501 aktywnych
użytkowników Twitcha

Wyniki rzuciły światło na preferencje dotyczące **treści** oraz **sposobu postrzegania reklam** na platformie Twitch przez użytkowników.



RAPORT ZOSTAŁ PRZYGOTOWANY PRZEZ
OPEN MOBI na zlecenie SEEGAME

DLACZEGO SEEGAME?

Bo jego misją jest połączenie ze sobą świata
reklamy i gamingu!

CZY WARTO?
NO PEWNIE!

Universum seegame to nie tylko platforma!
To przede wszystkim **zintegrowane społeczności gamingowe (i nie tylko!), wyznaczanie trendów i wyznaczanie nowej jakości reklamy online!**



CZYM JEST TWITCH?



WPROWADZENIE | TWITCH

1. **Twitch** to globalna platforma live streamingowa.

2. Serwis jest **domem e-sportu**, na którym transmitowane są największe międzynarodowe wydarzenia.

3. Platforma umożliwia twórcom **monetyzację contentu** - poprzez reklamy, system subskrypcji, donate'ów i współpracy z partnerami.

4. Jako **światowy lider branży**, Twitch oferuje **unikalne możliwości dla reklamodawców**.

5. **Reklamy na platformie mogą przybierać różne formy**. Od tradycyjnych spotów reklamowych wyświetlanych przed i w trakcie transmisji, po bardziej interaktywne formaty, czy nawet współpracę ze streamerami.

6. Najpopularniejszą kategorią na Twitchu jest **"Just Chatting"**, który jest przestrzenią dla treści lifestyle'owych.

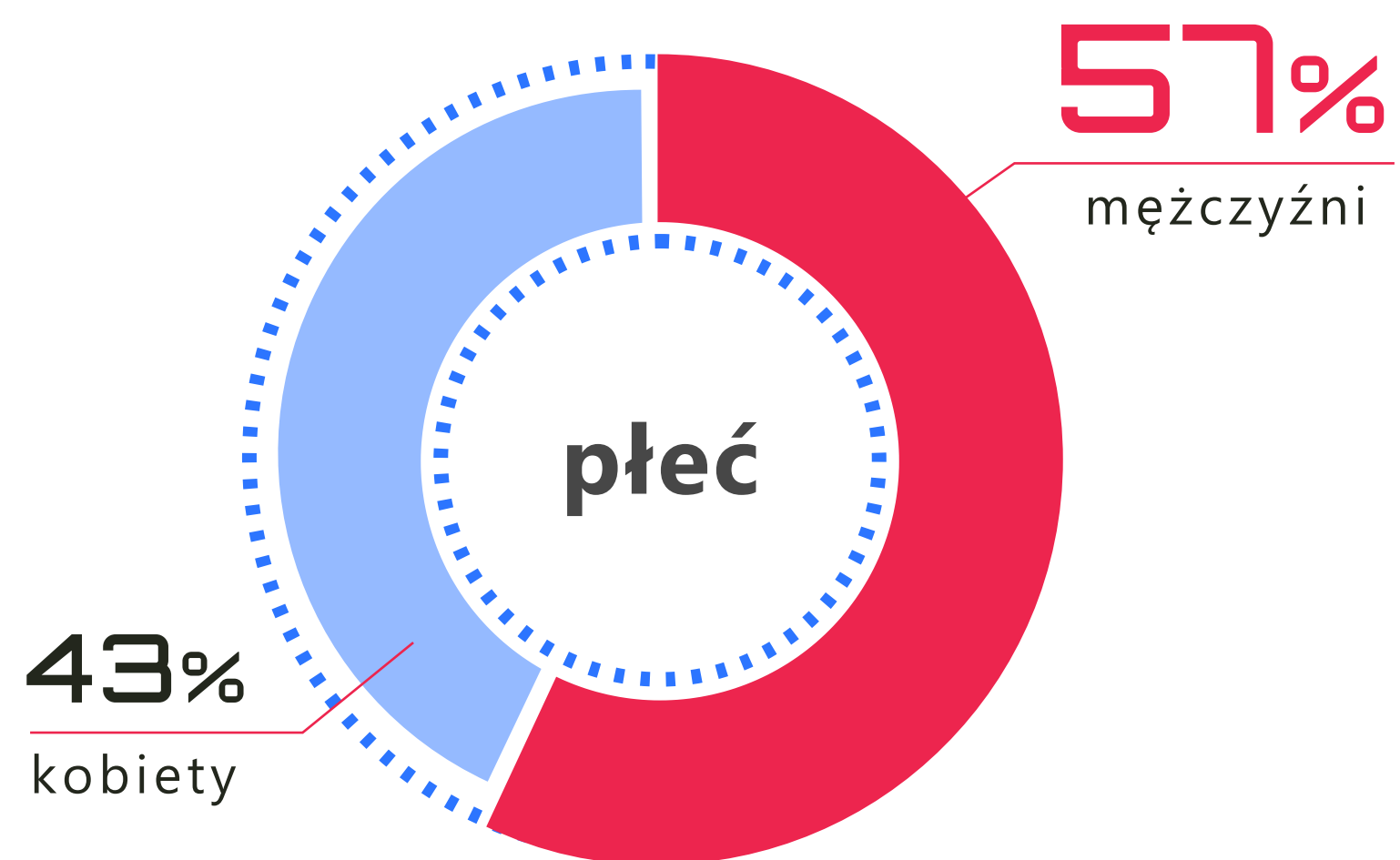


KIM JEST UŻYTKOWNIK TWITCHA?

DANE DEMOGRAFICZNE



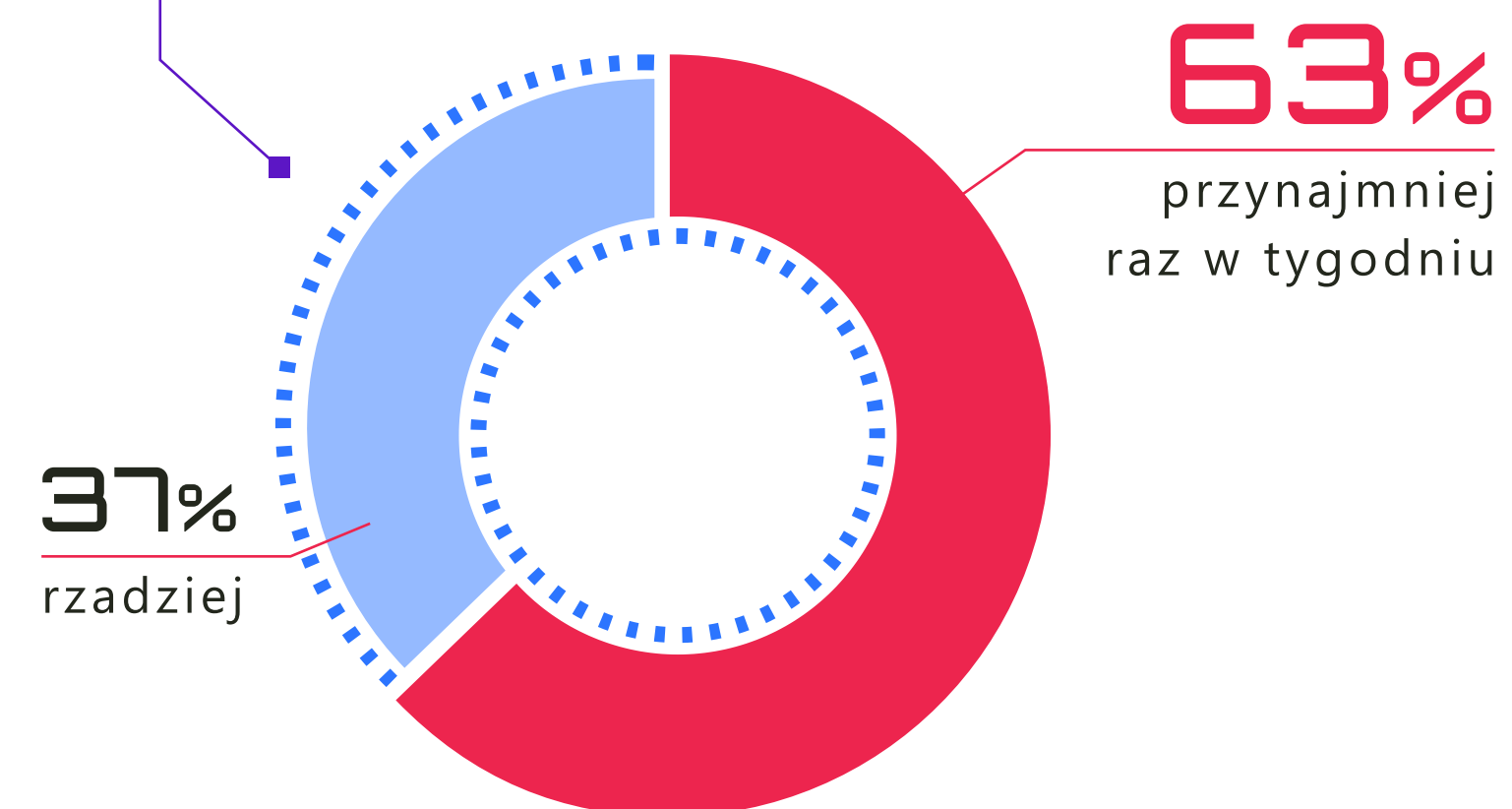
Z Twitcha **regularnie korzysta co drugi badany.**



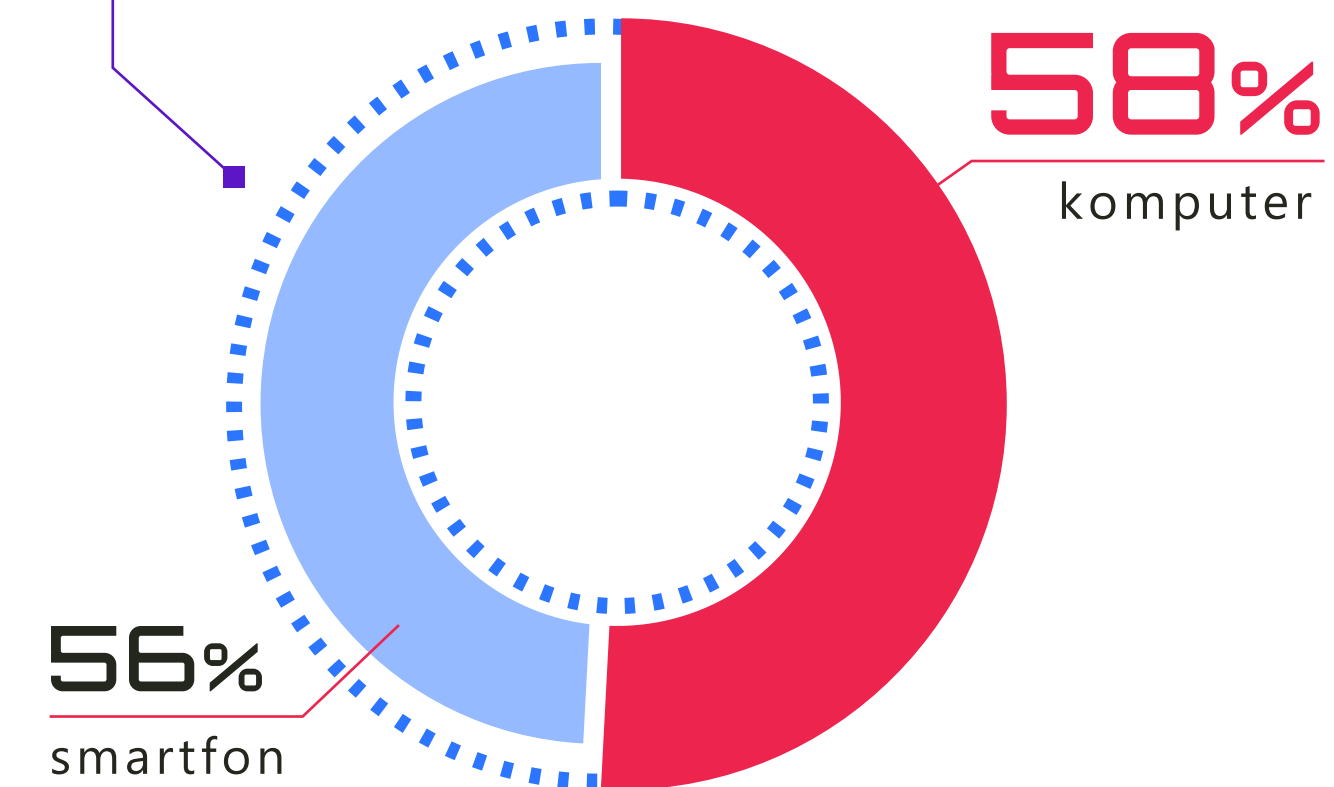
Kobiety częściej od mężczyzn preferują **oglądanie streamów w towarzystwie.**

Mężczyźni są bardziej zainteresowani treściami na poziomie **ligi e-sportowej.**

czas poświęcony na oglądanie

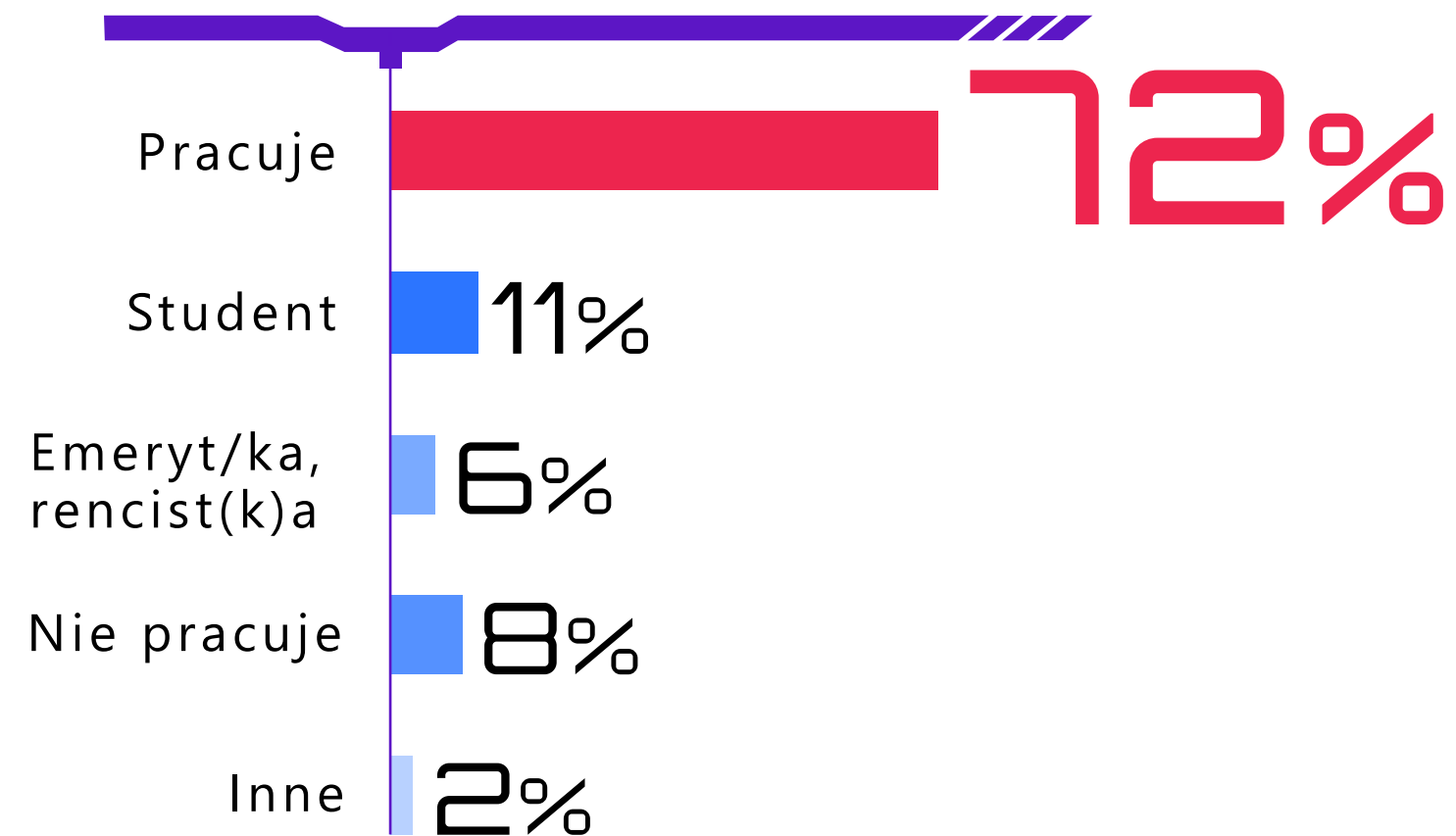


preferowane urządzenia



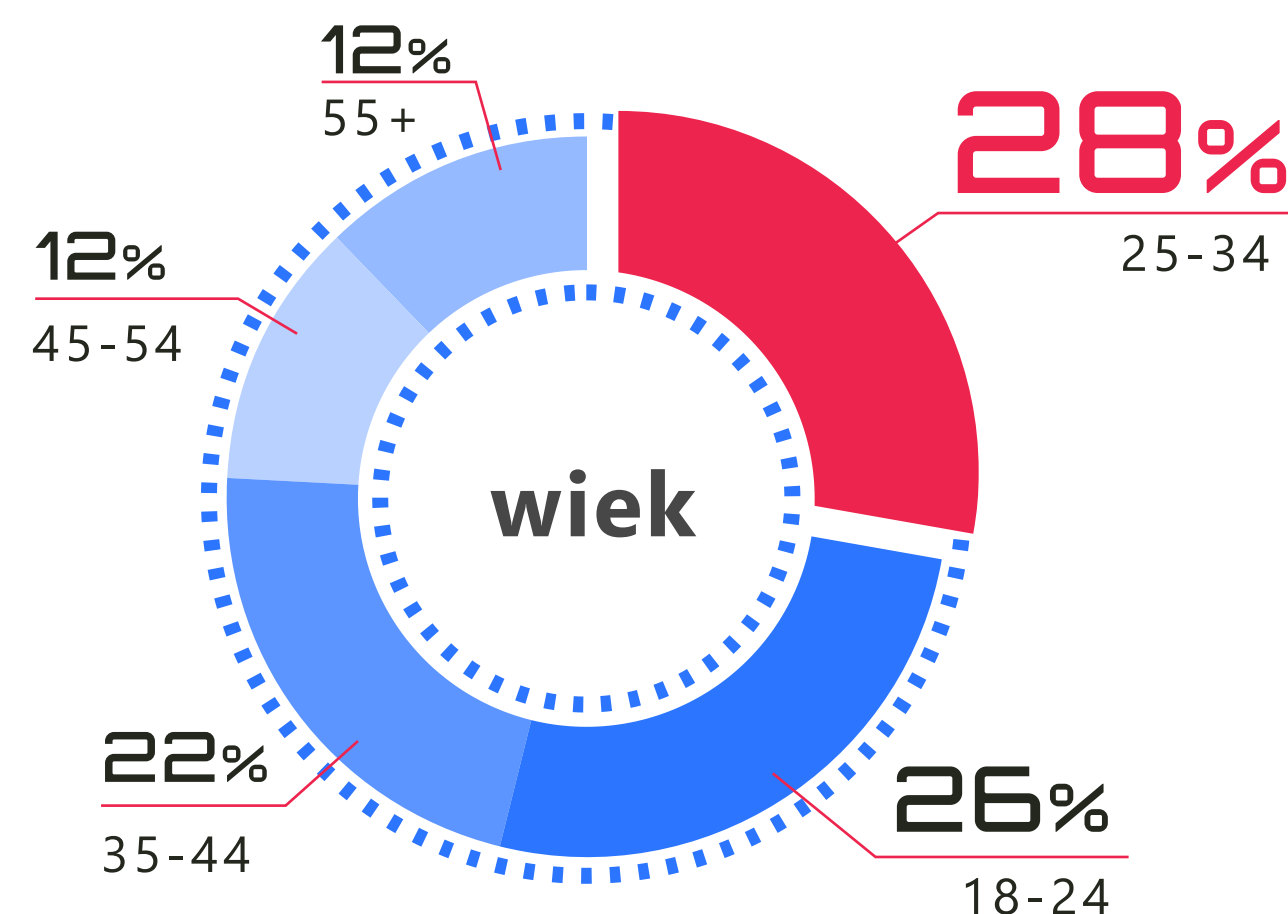
DANE DEMOGRAFICZNE

status zawodowy



Aż **72%** użytkowników to osoby posiadające własny dochód. Istnieje spora szansa na **skuteczną promocję ubezpieczeń czy inwestycji**.

Skupienie się na grupie wiekowej 18-34 buduje podstawy do stworzenia kampanii reklamowych skrojonych na miarę młodych dorosłych, którzy są **otwarceni na nowe możliwości**.



PREFERENCJE DOTYCZĄCE TREŚCI

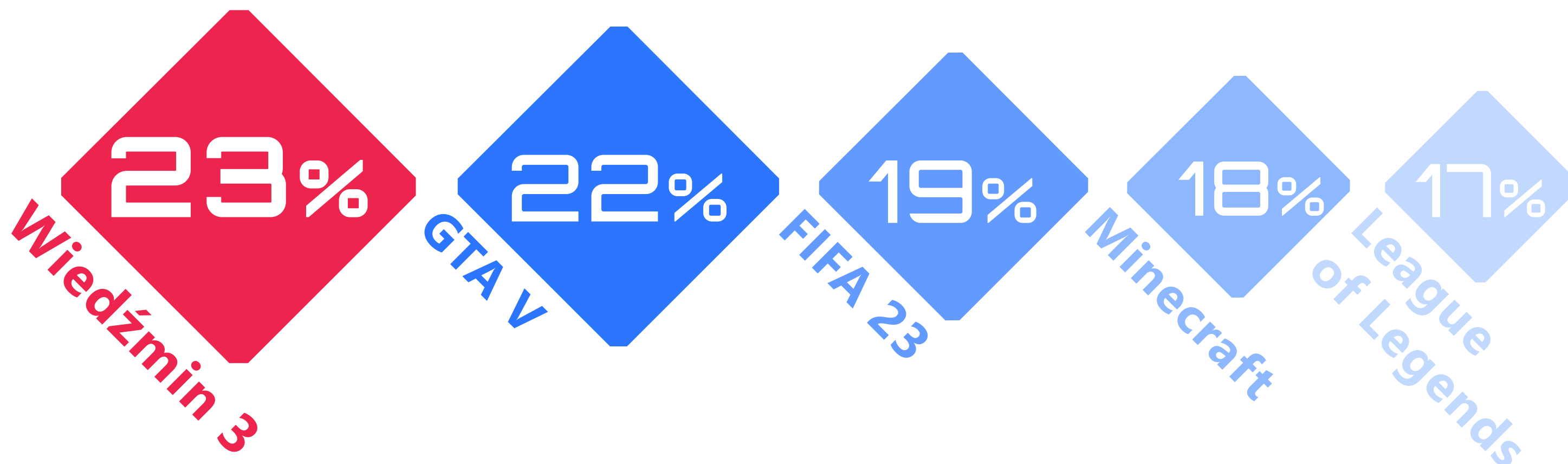
9

WEB 4.0 otwiera nowe możliwości w świecie reklamy oferując personalizację komunikatów i większą interaktywność, co bezpośrednio przekłada się na zwiększenie zaangażowania użytkowników i **efektywności kampanii**.

Na dzień 25.08.2023 **największą popularnością cieszą się:**

Zmieniające się trendy wokół premier stanowią **doskonałą okazję dla marki do wyróżnienia się**.

Warto wykorzystać taki moment do stworzenia **atrakcyjnej i angażującej kampanii**, która **wzmocni obecność marki w branży gamingowej**.

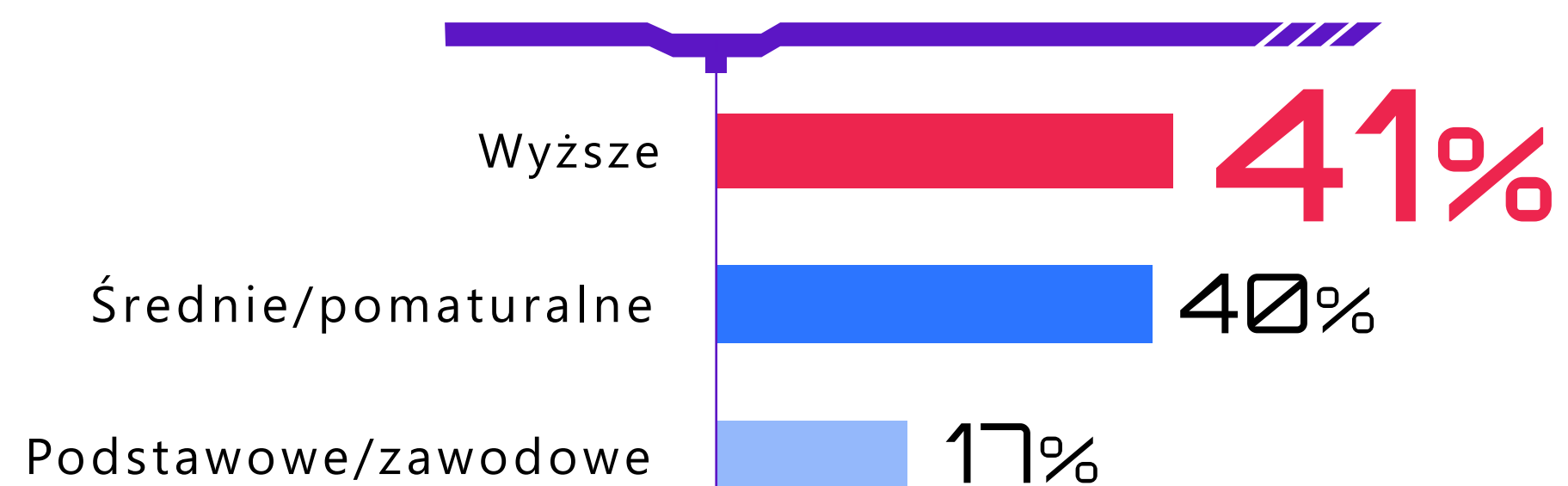


DANE DEMOGRAFICZNE

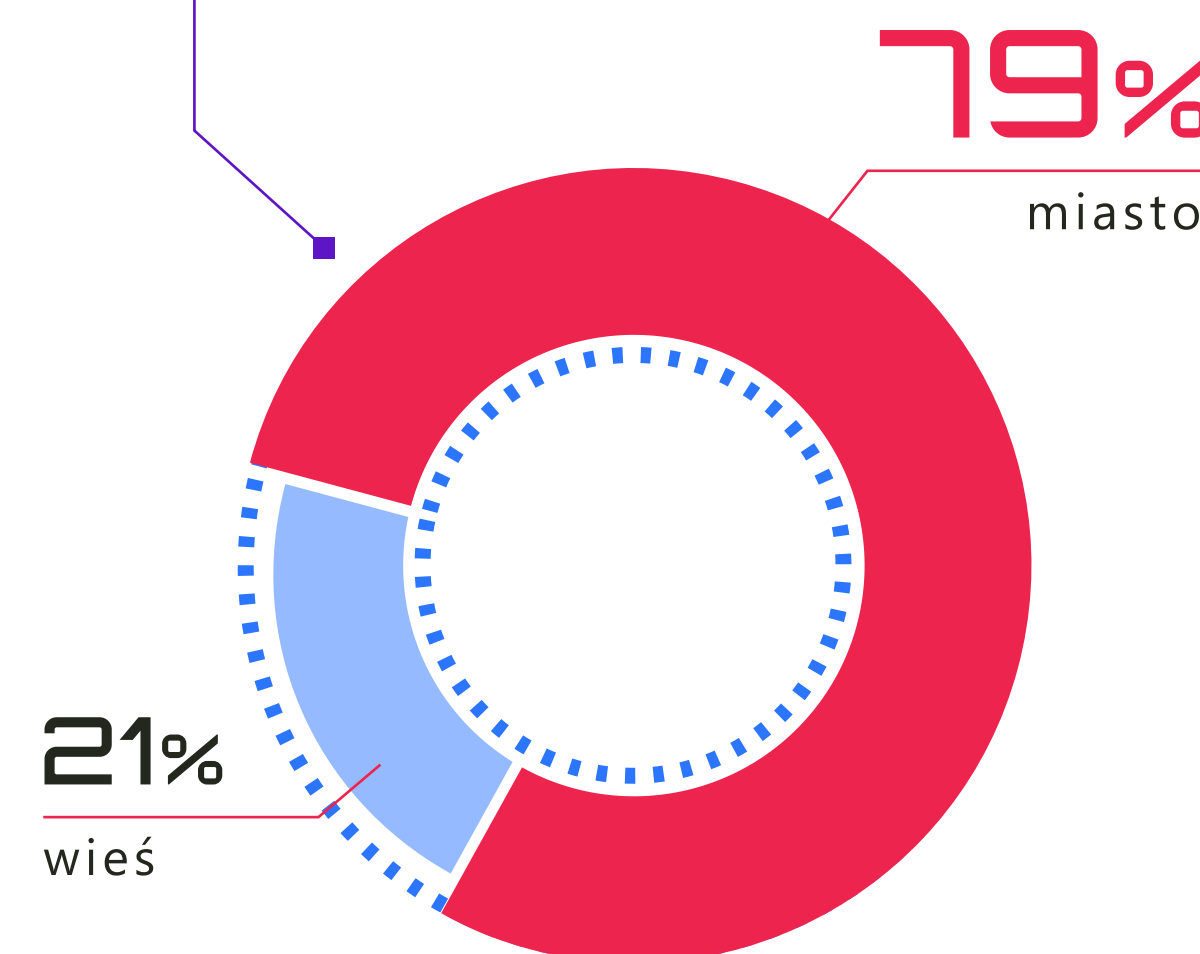
9

Seegame **oferuje unikalne formaty reklamowe.**

wykształcenie



miejsce zamieszkania



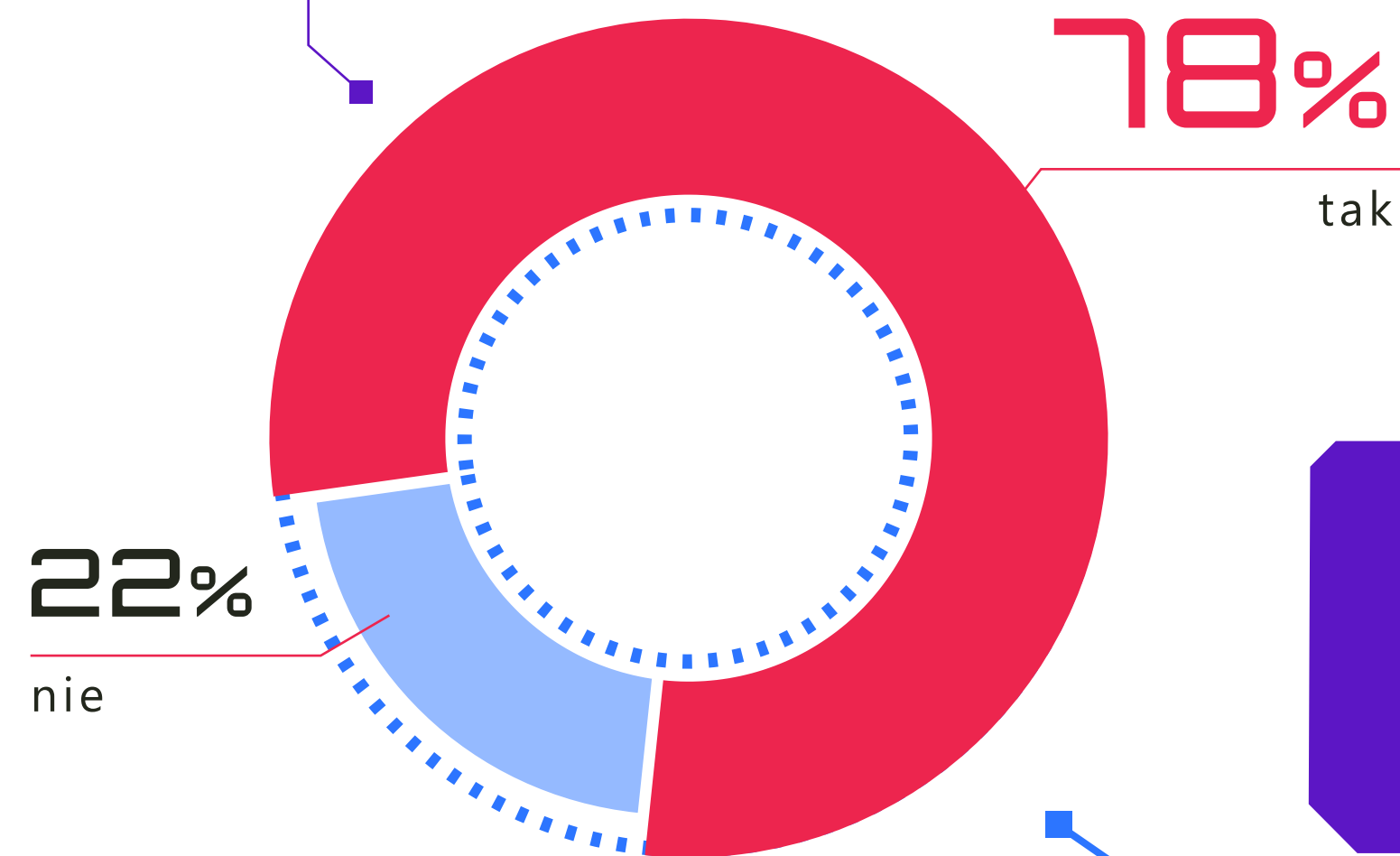
Wyższe wykształcenie często wiąże się z **większymi możliwościami finansowymi.**

Może oznaczać to **większą skłonność do zakupu produktów lub usług reklamowanych w trakcie streamów.**

Twitch, będąc platformą zrzeszającą osoby z różnych środowisk, **jest idealnym miejscem do tworzenia kampanii reklamowych przy wykorzystaniu niekonwencjonalnych formatów.**

POSIADANIE ZWIERZĄT DOMOWYCH

Czy masz zwierzęta domowe?



78% respondentów posiada zwierzęta domowe.

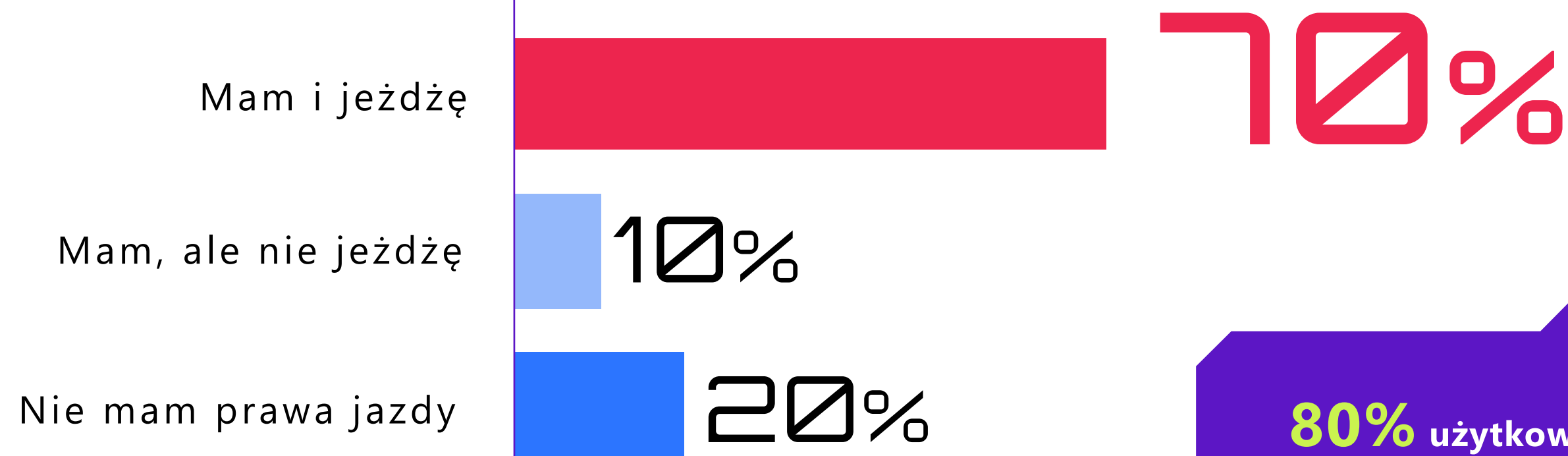
Znaczna większość ankietowanych posiada zwierzęta domowe, co sugeruje, że **promocja produktów i usług dla zwierząt na Twitchu może spotkać się z dużym zainteresowaniem.**

	KOBIETA	MĘŻCZYZNA
TAK	86%	71%
NIE	14%	29%

POSIADANIE PRAWO JAZDY

Reklamy są bardziej efektywne, jeśli ich tematyka pokrywa się **z tematem streama**.

Czy masz prawo jazdy i poruszasz się samochodem?



80% użytkowników Twitcha posiada prawo jazdy. Największy odsetek osób jeżdżących samochodem znajduje się w grupie wiekowej **25-34 lata (79%)**.

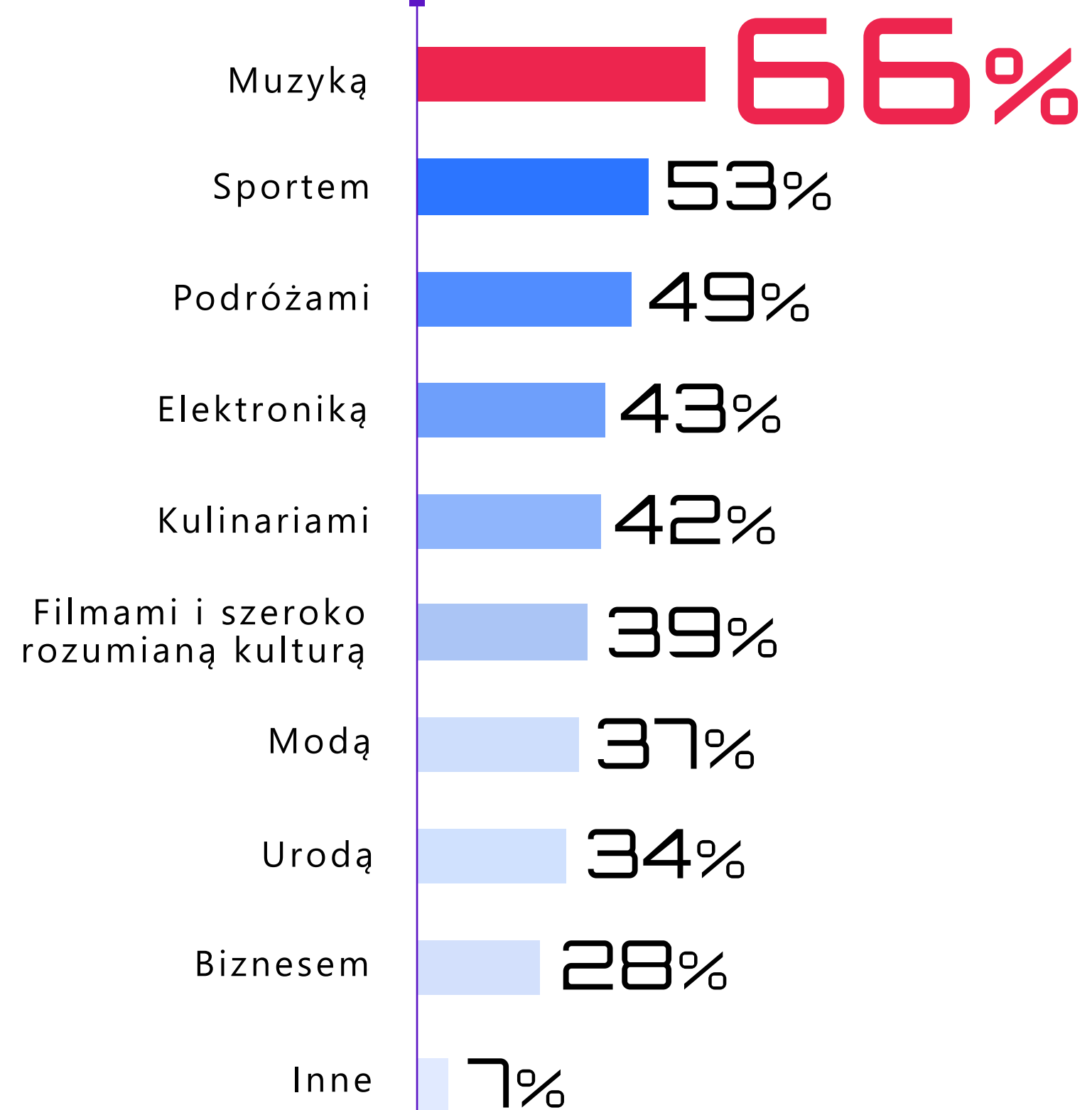
Warto emitować reklamy motoryzacyjne w kontekście treści związanych z wyścigami samochodowymi.



ZAINTERESOWANIA UŻYTKOWNIKÓW

ZAINTERESOWANIA

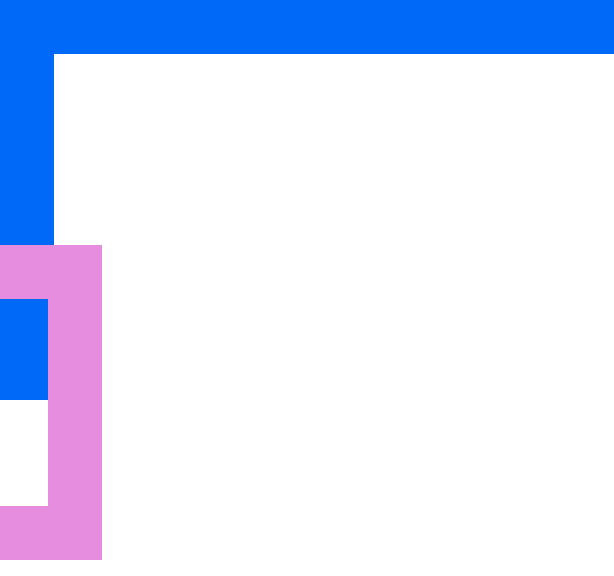
Czym się interesujesz?



N=501, wszyscy respondenci

Muzyka, sport i podróże cieszą się dużym zainteresowaniem wśród większości respondentów.

Respondenci jako swoje zainteresowanie najczęściej wskazywali **muzykę**.
Sprawia to, że **Twitch jest doskonałym miejscem, by angażować się w wydarzenia muzyczne.**

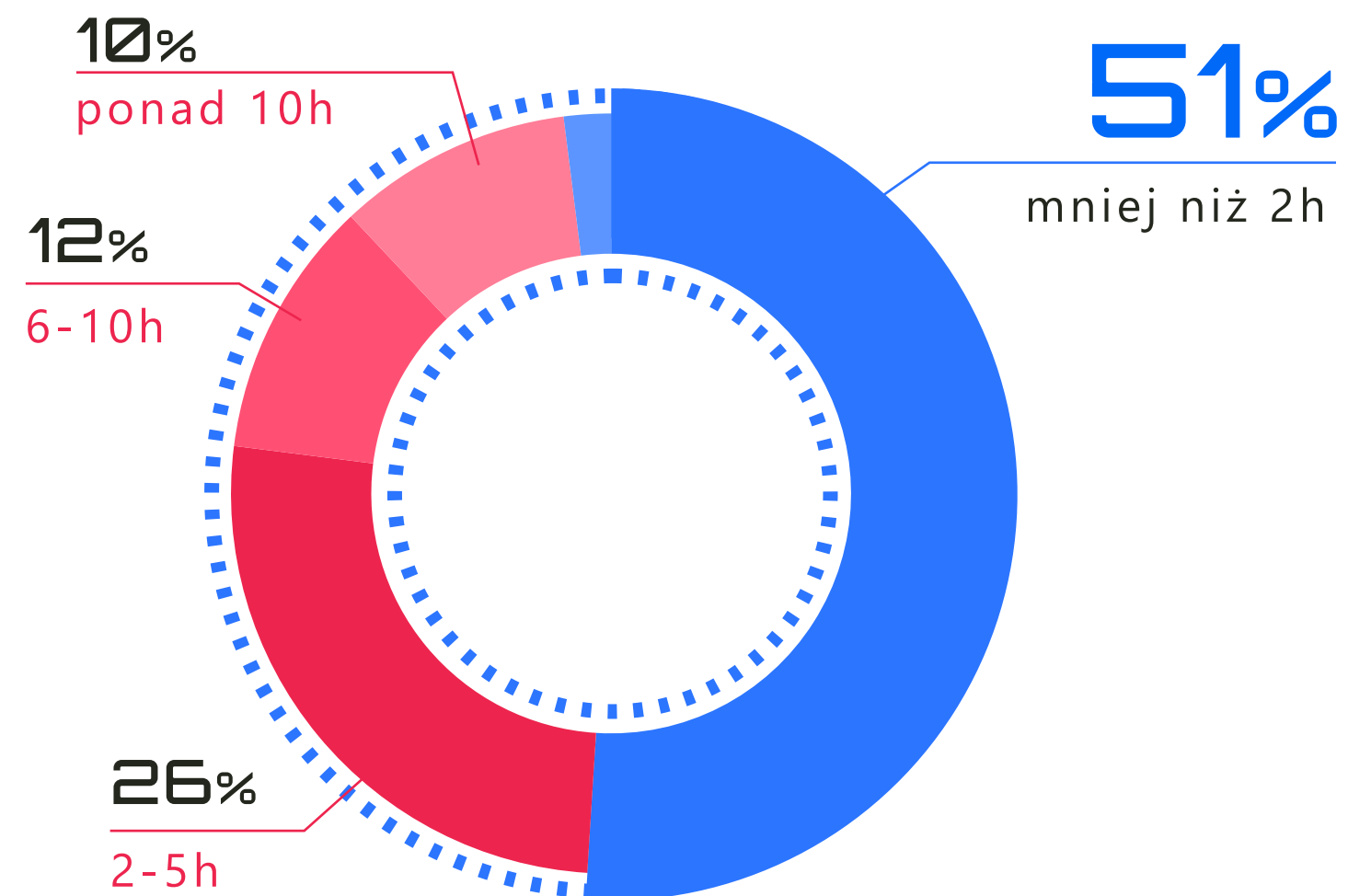


MEDIA I ROZRYWKA



CZAS SPĘDZANY NA TWITCHU

Ile średnio czasu (w tygodniu) spędzasz na Twitchu?



40% respondentów traktuje Twitch jako źródło rozrywki.

Blisko połowa użytkowników spędza na Twitchu **powyżej dwóch godzin tygodniowo...**

...co czyni Twitch **wartościowym miejscem do lokowania swoich reklam**, z uwagi na **zaangażowaną i regularnie obecną publiczność**.

ULUBIONY STREAMER VS. TEMATYKA

Wolisz obejrzeć stream swojego ulubionego streamera o dowolnej tematyce czy stream o tematyce, która Cię interesuje, ale dowolnego streamera?

Tematyka streama
jest dla mnie ważniejsza



Streamer jest dla mnie
ważniejszy



To sugeruje, że **treść i jakość treści** są głównymi czynnikami przyciągającymi widzów na Twitchu.

Sam streamer jest najistotniejszy dla **najmłodszych (18-24)** spośród respondentów.



W ramach oferty seegame **zapewnia możliwość emisji reklam przy odpowiednio targetowanych grach**, dopasowanych do poszczególnych grup docelowych klientów.

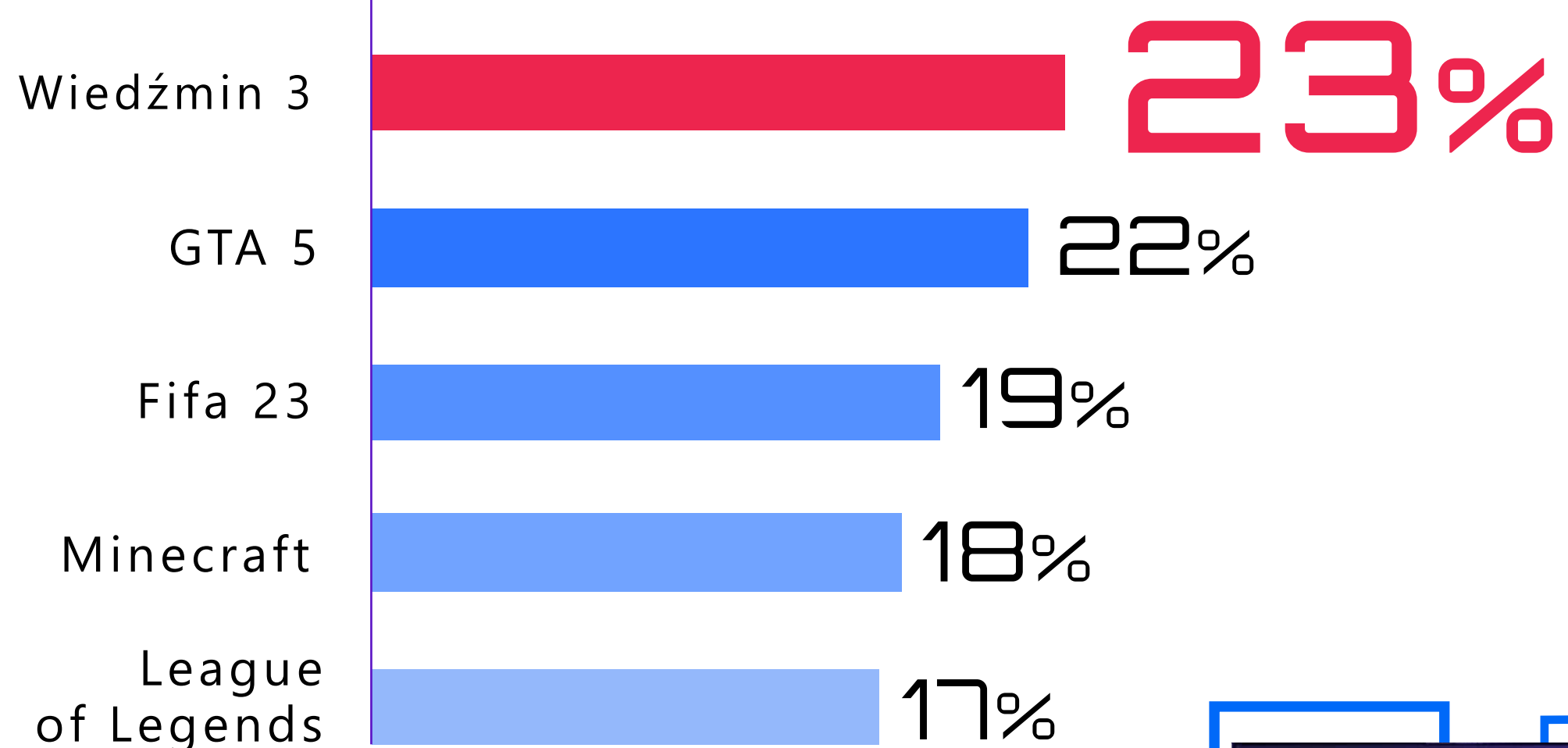


Elementem wzbogacającym działania kampanijne jest **prowadzenie działań influencerskich ze streamerami**.

Zdecydowanym atutem takich działań jest **naturalność przekazu i wysoki poziom zaufania odbiorców**.

OSTATNIE TRENDY

Streamy z jakich gier najbardziej Cię interesują?



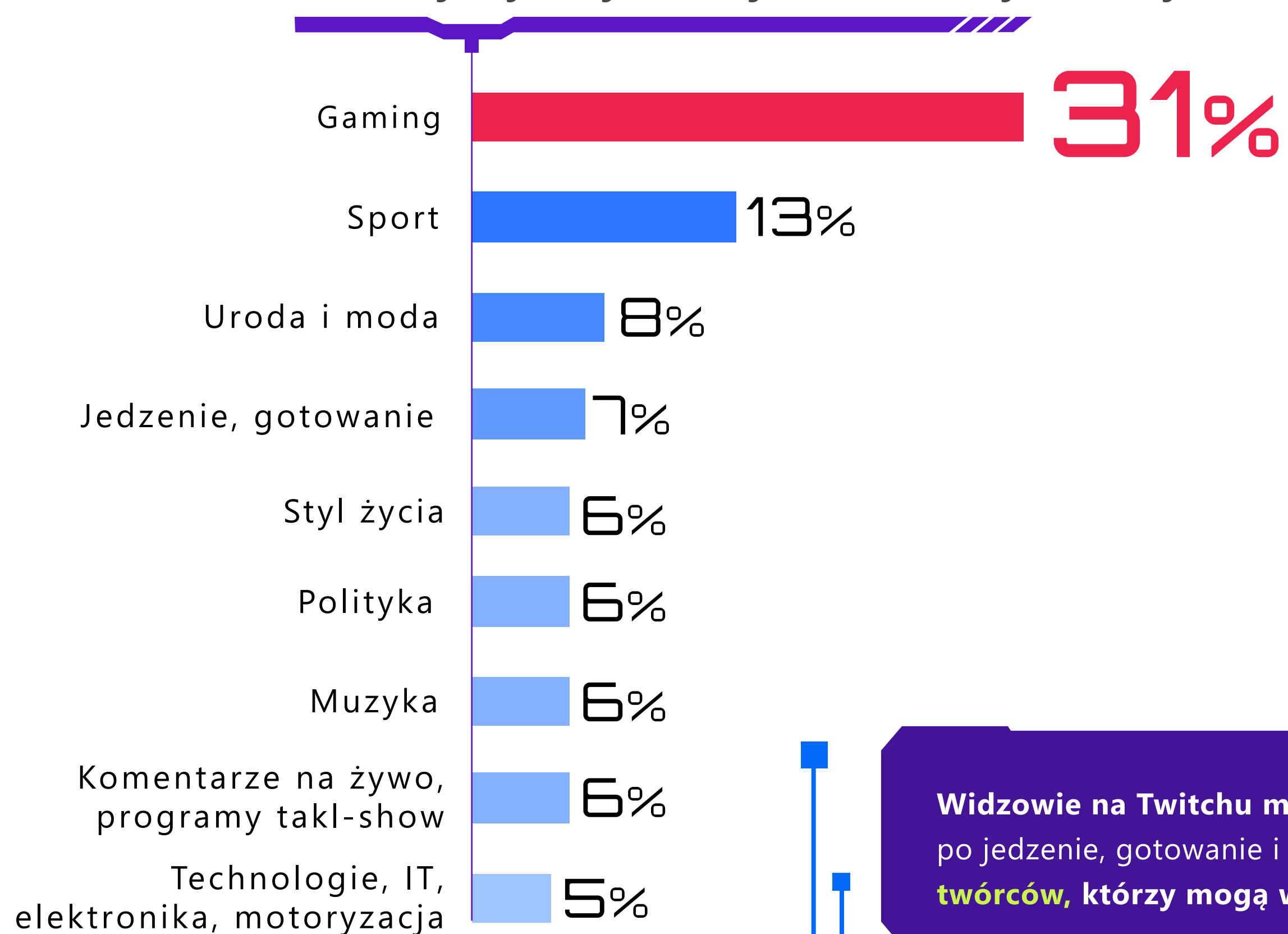
Gry takie jak **"Wiedźmin 3"**, **"GTA 5"** i **"League of Legends"** mają stałą bazę fanów, co sugeruje, że **klasyki nadal dominują i przyciągają widzów nawet po latach od premiery.**

Ulubione gry na streamach obejmują różne gatunki i style gry, co wskazuje na **zróżnicowane zainteresowania**. Są to gry fabularne (RPG), gry akcji, sportowe, sandboxowe i gry z gatunku MOBA.

W kulisach mówi się, że GTA VI ma zawierać w sobie natywną platformę do odgrywania roleplay'u. **To pokazuje prawdziwą siłę publiczności na Twitchu**, która przez lata domagała się takich udogodnień od deweloperów.

ULUBIONA TEMATYKA STREAMÓW

Streamy o jakiej tematyce lubisz najbardziej?



Gry video są najpopularniejszą tematyką oglądanych streamów na Twitchu, co potwierdza pozycję platformy jako **wiodącego miejsca dla społeczności gamingowej**.

Niezależnie od branży, **warto nawiązywać w swojej komunikacji do gamingu**, np.: na nośnikach - poprzez grafikę, czy copy.

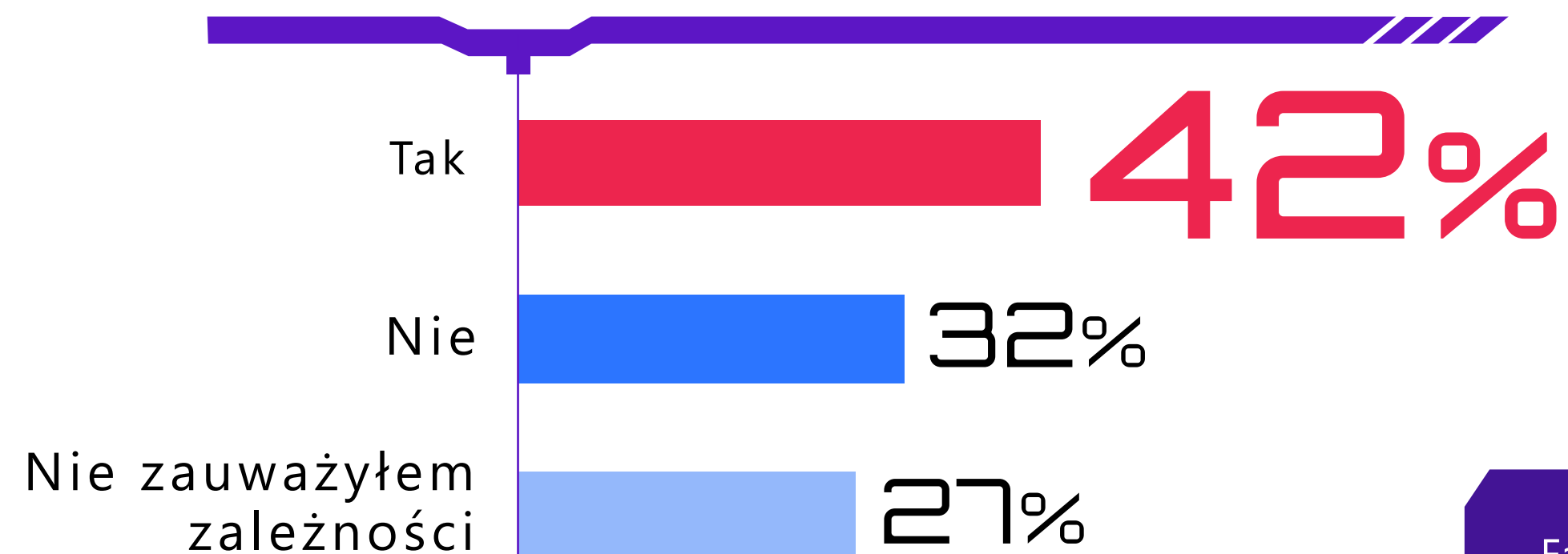
Widzowie na Twitchu mają zróżnicowane zainteresowania, od urody i mody, po jedzenie, gotowanie i politykę. Daje to **szersze spektrum możliwości dla twórców**, którzy mogą wychodzić poza tradycyjne, gamingowe podejście.

PREMIERY GIER, A POWRÓT DO STREAMÓW



Product placement w grach to sposób na **naturalne wkomponowanie marki** w treści oglądane przez użytkowników.

Czy wejście na rynek nowej gry bardziej motywuje Cię do oglądania streamów?

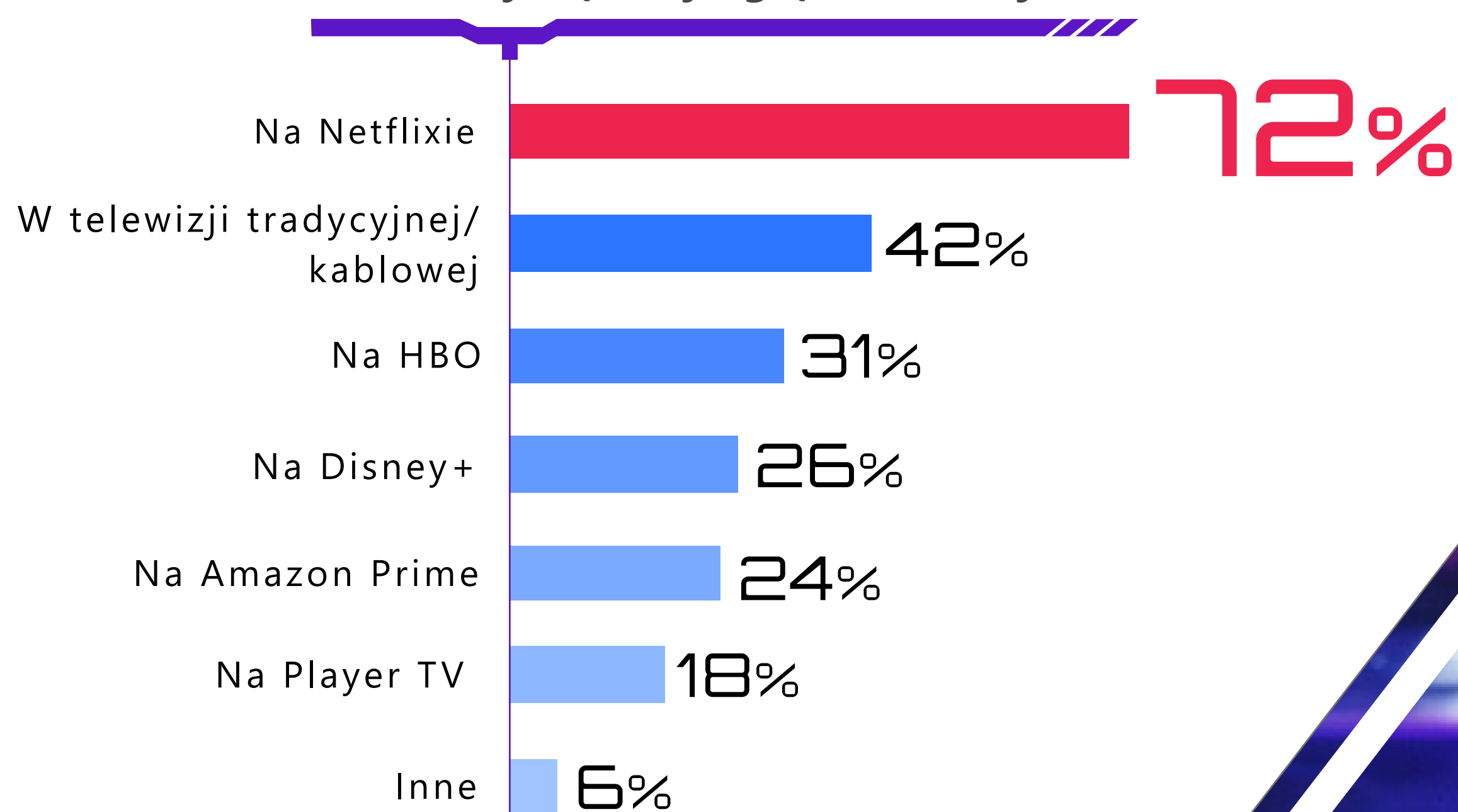


42% respondentów wskazało, że premiery nowych gier motywują ich do oglądania streamów, pokazując jak istotną rolę odgrywają one w generowaniu ruchu na platformie.

Fakt, że spora część użytkowników jest zmotywowana tym czynnikiem, może być wykorzystany przez marketerów do **promowania swoich produktów w czasie premier.**

PREFEROWANA PLATFORMA DO OGLĄDANIA FILMÓW I SERIALI

Gdzie najchętniej oglądasz filmy i seriale?



Netflix jest głównym wyborem dwóch na trzech oglądających wśród społeczności Twitcha.

Telewizja tradycyjna i kablowa jest najbardziej popularna wśród osób **powyżej 45 roku życia**, co może odzwierciedlać trwające przywiązanie do tradycyjnych form mediów w tej grupie.

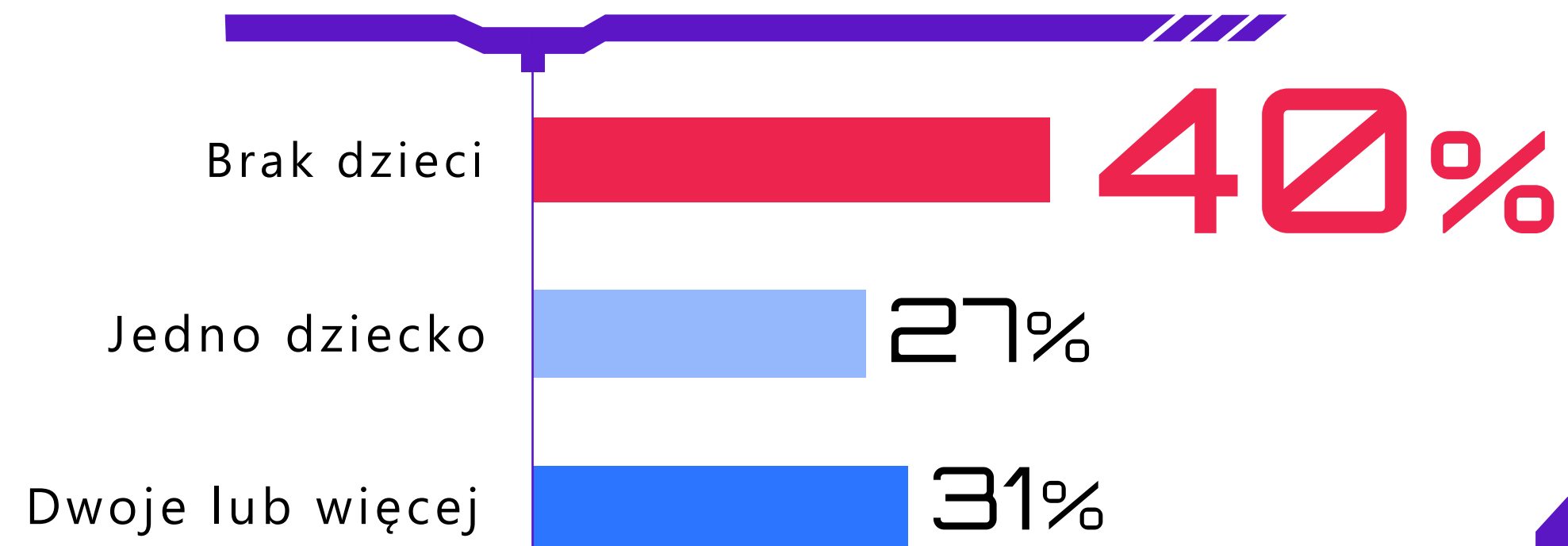
Player TV, będący lokalną platformą streamingową, posiada **mniejszy udział w preferencjach**, co wskazuje na to, że to **globalne serwisy dominują na rynku**.



STYL ŻYCIA I PREFERENCJE

RODZINA

Dzieci w gospodarstwie domowym



58% publiczności Twitcha posiada **przynajmniej jedno dziecko.**

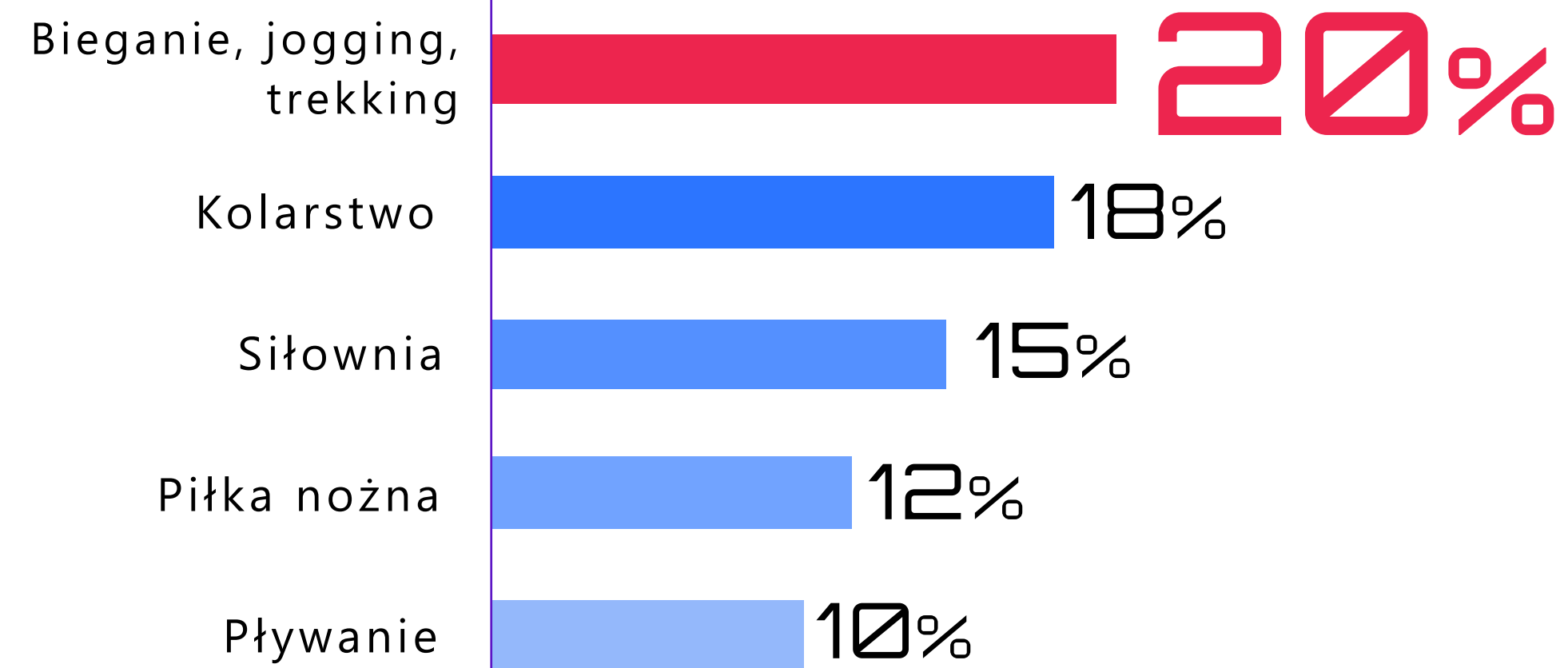
Ten fakt przełamuje stereotypowy wizerunek streamera i pokazuje, że **platforma ta przyciąga nie tylko młodych widzów, ale również dorosłych, w tym rodziców.**

Z tego względu, warto rozważyć tworzenie i promowanie **treści przyjaznych rodzinie** lub **produktów związanych z rodzicielstwem.**

UPRAWIANIE SPORTU



Czy uprawiasz jakiś sport? Jeśli tak to jaki?



Najpopularniejszymi sportami wśród respondentów są: **bieganie, kolarstwo i siłownia.**

Wysoki odsetek osób uprawiających sport otwiera możliwości współpracy dla marek sportowych, sklepów z odzieżą i sprzętem sportowym, a nawet organizatorów wydarzeń sportowych.

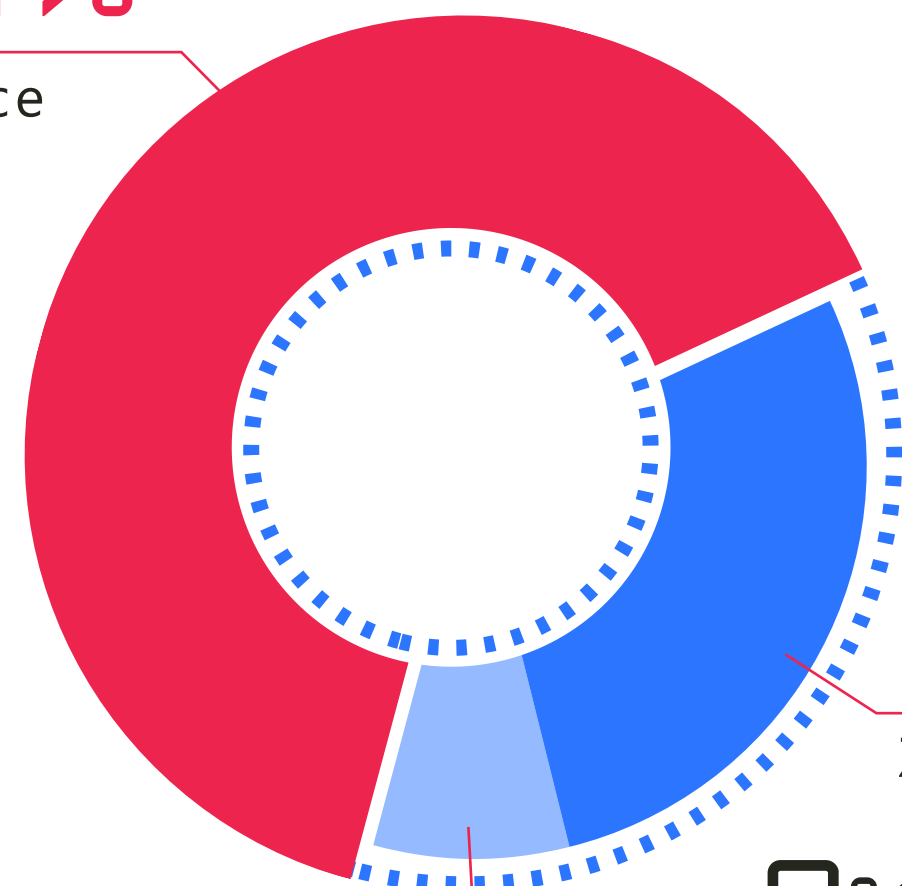
Informacje te pokazują nam, jakim zmianom uległ wizerunek społeczności graczy i widzów streamów, podkreślając ich **aktywność i zdrowy styl życia.**



MIEJSCE SPĘDZANIA WAKACJI

Gdzie zazwyczaj spędzasz wakacje?

64%
W Polsce



28%
Za granicą

8%
Nie podróżuję

Co trzeci widz podróżuje poza Polskę w okresie wakacyjnym.

Wysoka preferencja spędzania wakacji w kraju stanowi **potencjał dla lokalnej branży turystycznej**, która może celować w tę tendencję poprzez krajowe pakiety wakacyjne i promocje.

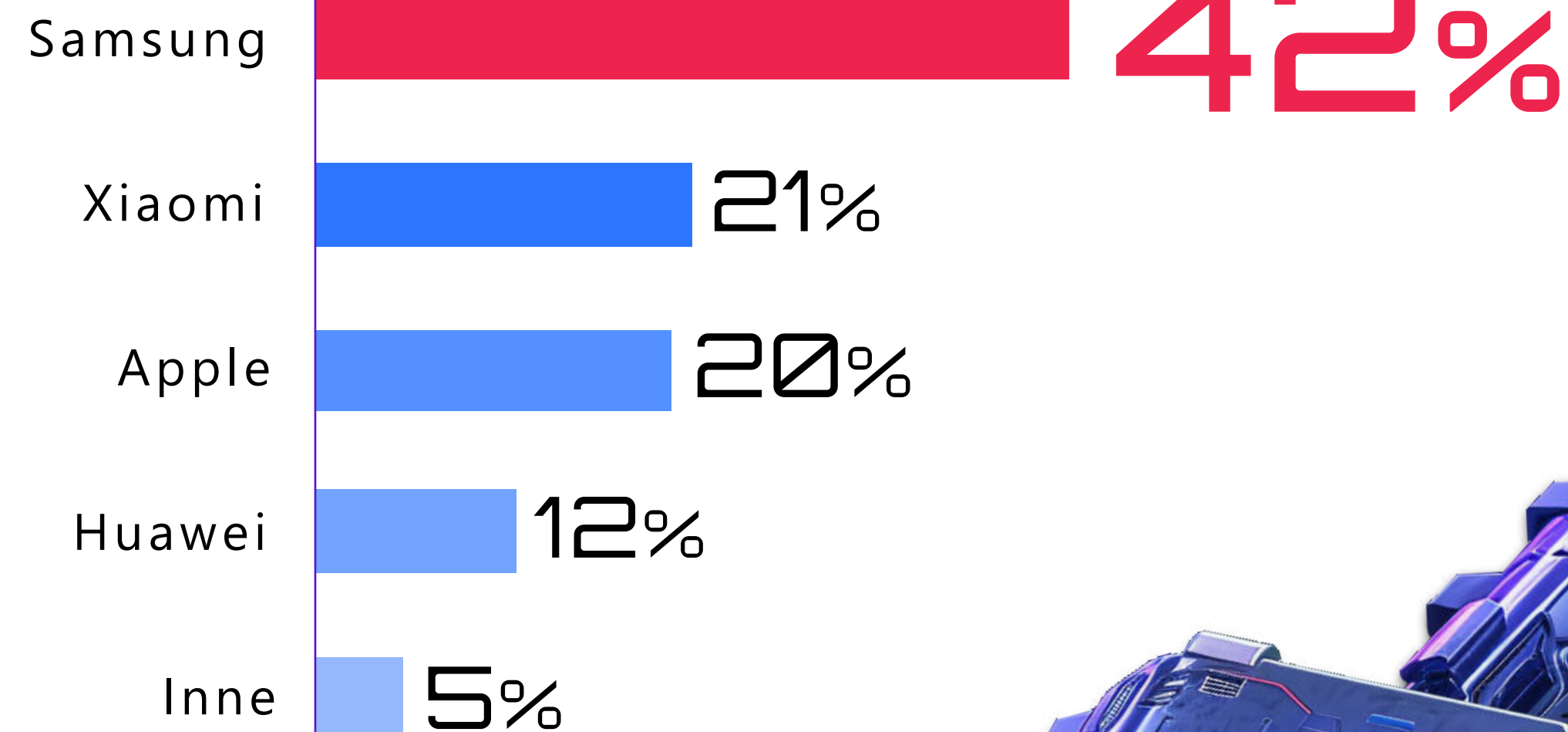
MARKA SMARTFONA

Android jest najpopularniejszym systemem operacyjnym wśród urządzeń mobilnych.

Młodsze grupy wiekowe (18-24) wykazują większe zainteresowanie marką **Apple**, co może wskazywać na ich skłonność do wybierania **produktów uważanych za prestiżowe**.

Starsze grupy preferują Samsunga, co może odzwierciedlać lojalność wobec marki lub preferencję dla **systemu Android**.

Produkty których producentów smartfonów najczęściej wybierasz?

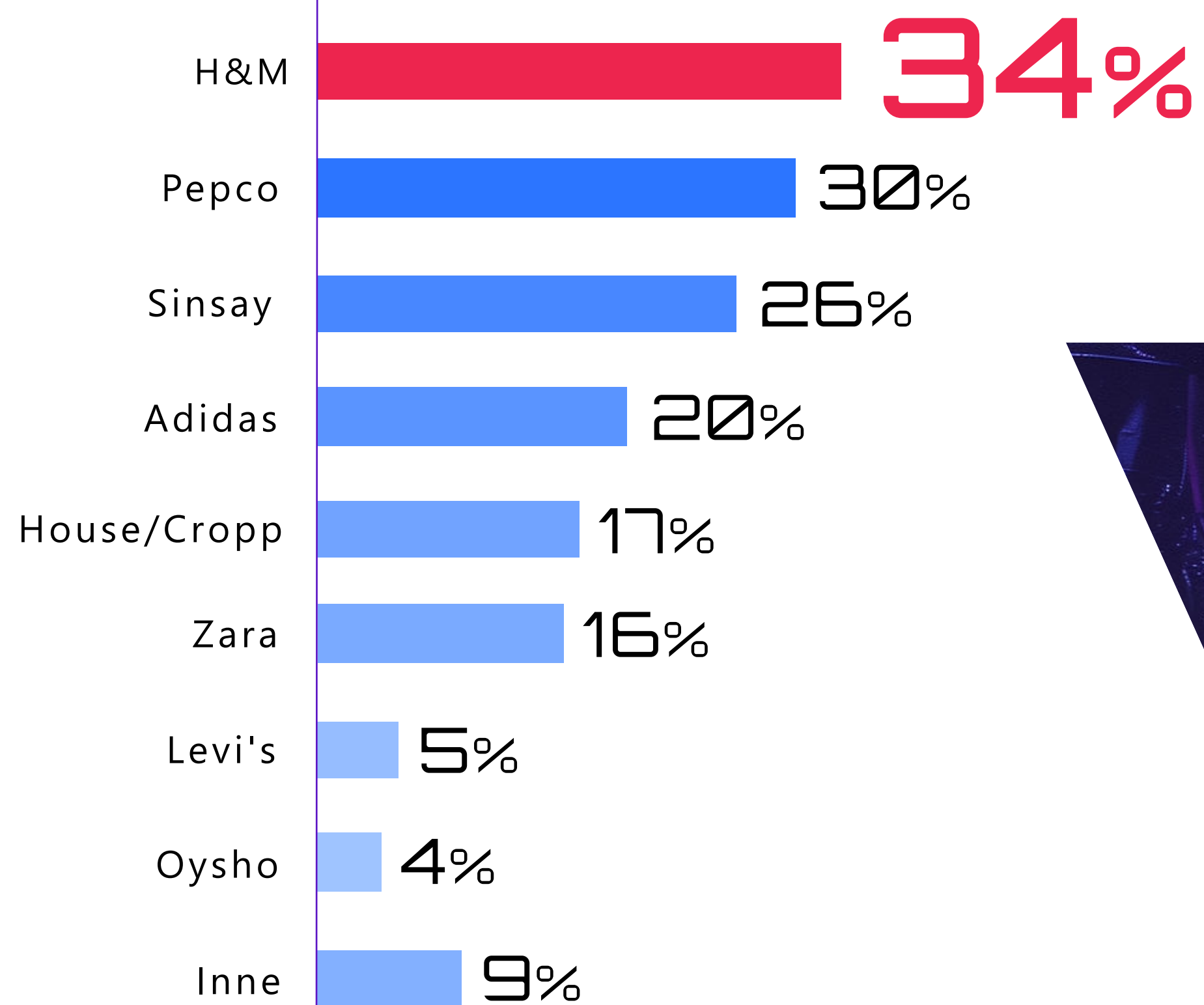


TRENDY ZAKUPOWE



SKLEPY ODZIEŻOWE

W których sklepach odzieżowych najczęściej robisz zakupy?



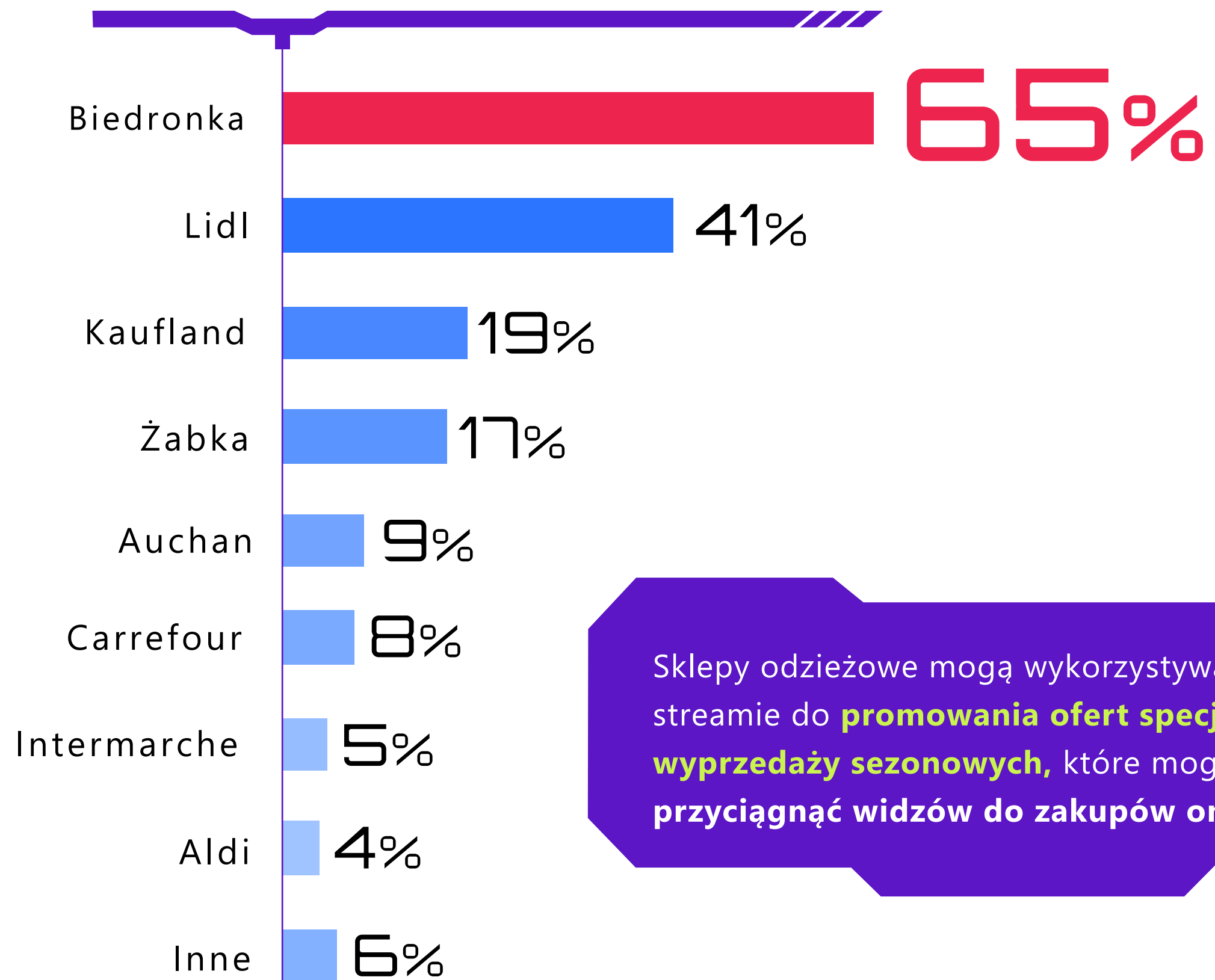
Moda odgrywa istotną rolę dla społeczności Twitcha.

Wybór konkretnych marek odzieżowych odzwierciedla **skłonność użytkowników Twitcha do poszukiwania określonych cech**, takich jak **polityka cenowa** czy **jakość produktów**.

Marki z sektora fashion mogą wykorzystać te dane do współpracy z influencerami i streamerami.

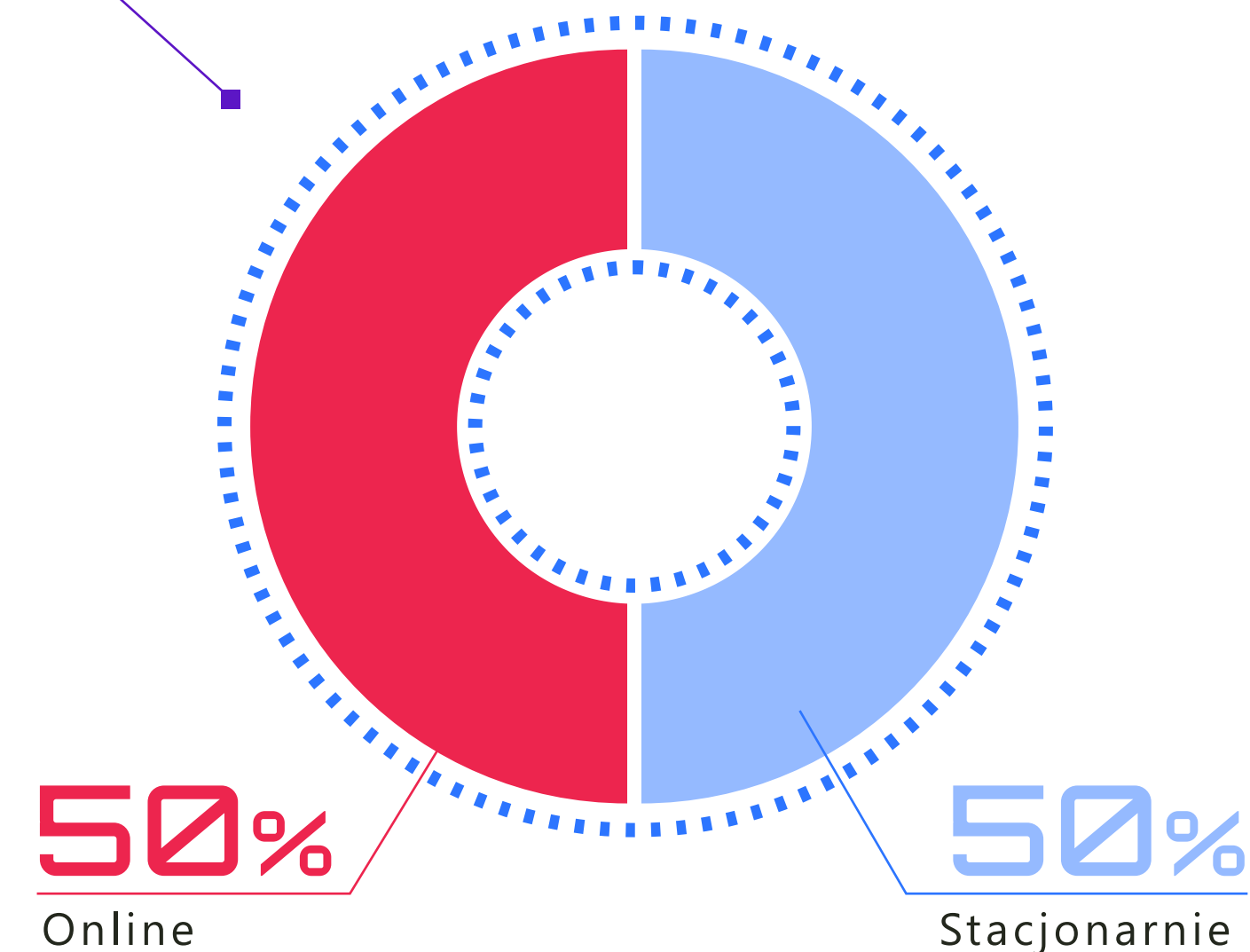
WYBÓR SIECI HANDLOWEJ

W której sieci handlowej najczęściej robisz zakupy?



Sklepy odzieżowe mogą wykorzystywać reklamę na streamie do **promowania ofert specjalnych czy wyprzedaży sezonowych**, które mogą przyciągnąć widzów do zakupów online.

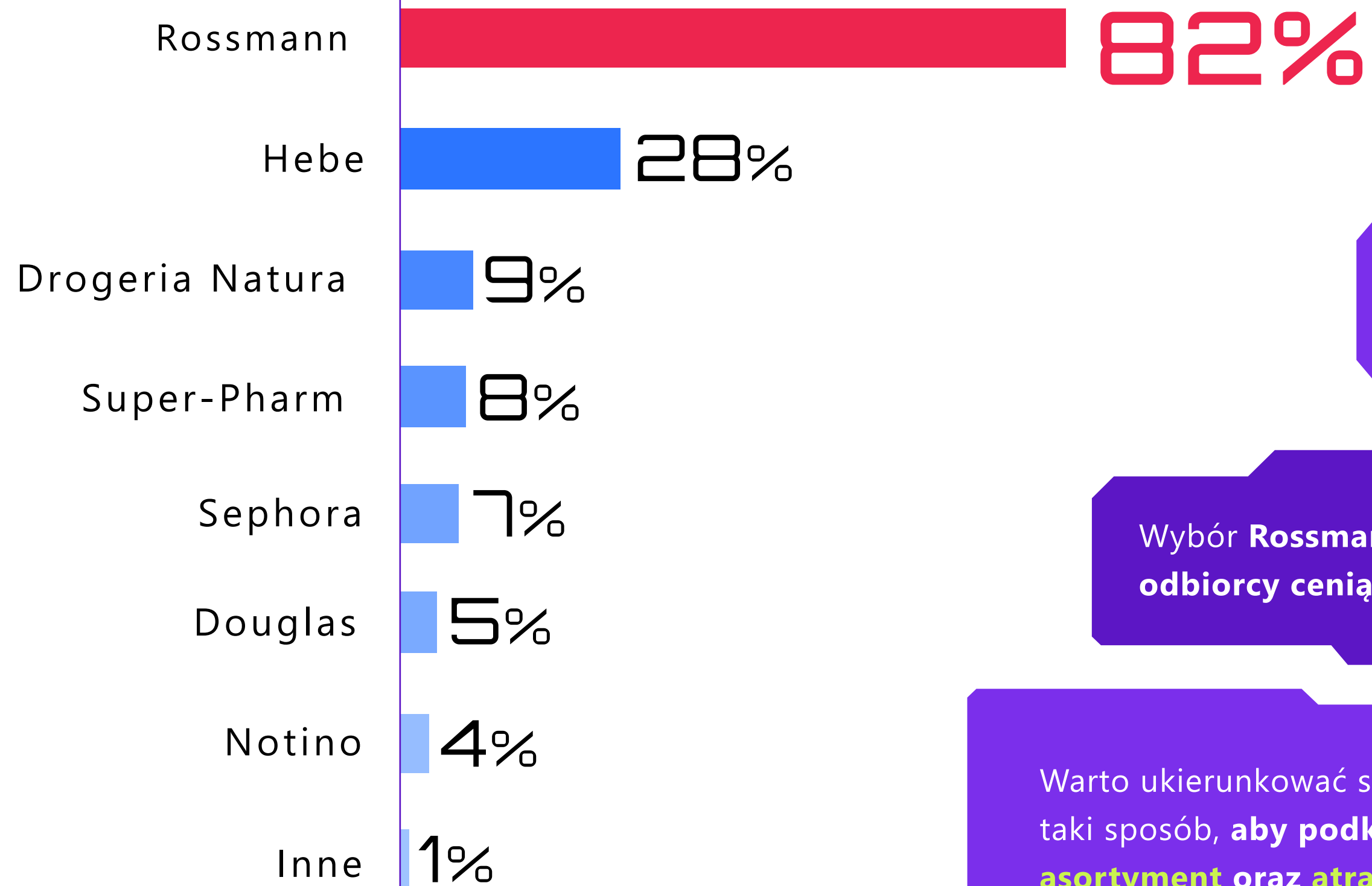
Częściej robisz zakupy online czy stacjonarnie?



Połowa respondentów **równomiernie dzieli swoje zakupy między sklepy online, a stacjonarne**. To sugeruje, że reklamodawcy mogą skutecznie dotrzeć do odbiorców Twitcha zarówno poprzez reklamy skierowane na e-commerce, jak i te promujące zakupy w sklepach stacjonarnych.

ULUBIONA DROGERIA

W której sieci handlowej najczęściej robisz zakupy?



Twitch okazuje się być **skutecznym kanałem promocyjnym dla sektora beauty.**

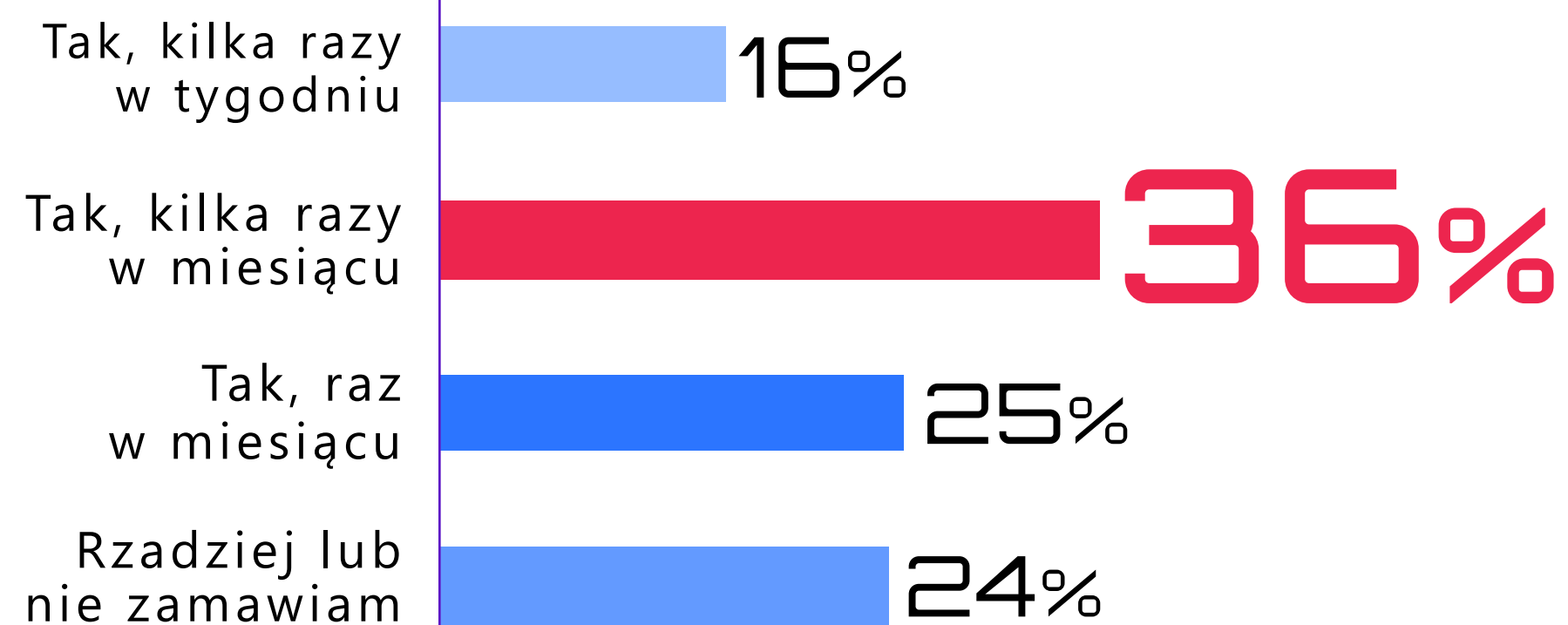
Wybór **Rossmanna i Hebe** może wskazywać na to, że odbiorcy cenią sobie **dostępność i przystępność cenową.**

Warto ukierunkować swoje komunikaty reklamowe w taki sposób, aby **podkreślały one wygodę, szeroki asortyment oraz atrakcyjne ceny.**

ZAMAWIANIE JEDZENIA NA DOWÓZ

N=501, wszyscy respondenci

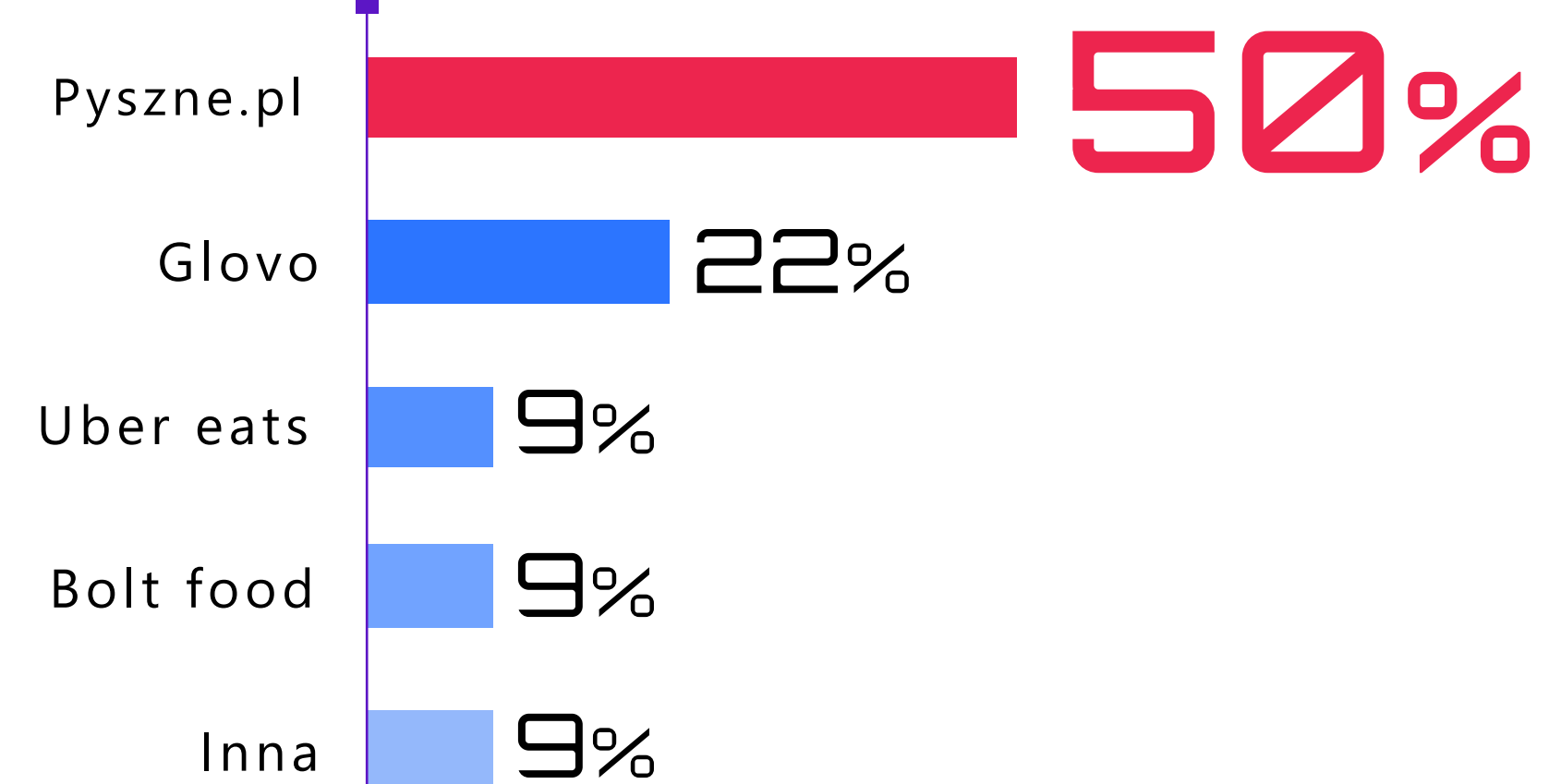
Czy zdarza Ci się zamawiać jedzenie na dowóz?



Deklaracja o regularnym zamawianiu jedzenia na dowóz wskazuje na to, że **Twitch ma ogromny potencjał w sektorze food.**

N=381

Z usług którego dostawcy korzystasz najczęściej?



Najczęściej wybieranym dostawcą jedzenia jest **Pyszne.pl**



REKLAMY NA STREAMACH

ELEMENTY PRZYCIĄGAJĄCE UWAGĘ W REKLAMACH

Co przykuwa Twoją uwagę w reklamach na streamach?



CO PRZYKUWA TWOJĄ UWAGĘ W REKLAMACH NA STREAMACH?

Według respondentów **temat reklamy, atrakcyjność oferty i produktu** to główne elementy, na które zwracają uwagę.

W dalszej kolejności respondenci wskazali na **elementy wizualne - animacje, grafikę i kolorystykę**.

9

Seegame oferuje możliwość tworzenia reklam na streamach, które są nie tylko **niespotykane na innych platformach**, ale również **dostosowywane bezpośrednio pod potrzebę reklamodawcy**.

ELEMENTY PRZYCIĄGAJĄCE UWAGĘ W REKLAMACH

CO PRZYKUWA UWAGĘ KONSUMENTA?

Rabaty

Unikalne kody rabatowe

Reklamowane **produkty i marki**

JAKIE SĄ PREFERENCJE KONSUMENTÓW?

Użytkownicy Twitcha preferują reklamy **dostosowane do ich zainteresowań i tematyki streama**

Co piąty **respondent** dokonał zakupów na podstawie **rekomendacji streamera!**

Seegame, oferuje dostęp do zintegrowanego community – **bazy zaufanych streamerów.**



JAK STWORZYĆ DOBRĄ REKLAMĘ **NA TWITCHU?**

MYŚLISZ O REKLAMIE NA STREAMIE?

Poznaj obszar działania universum **seegame.**[®]

I WEJDŹ DO GRY!

Łączenie społeczności streamerów i reklamodawców zainteresowanych treściami gamingowymi i lifestyle'owymi

Wyznaczanie trendów na rynku i... przebijanie szklanego sufitu w ilościach impresji

Tworzenie inspirujących i innowacyjnych formatów reklamowych, które zmieniają zasady digitalowej gry...

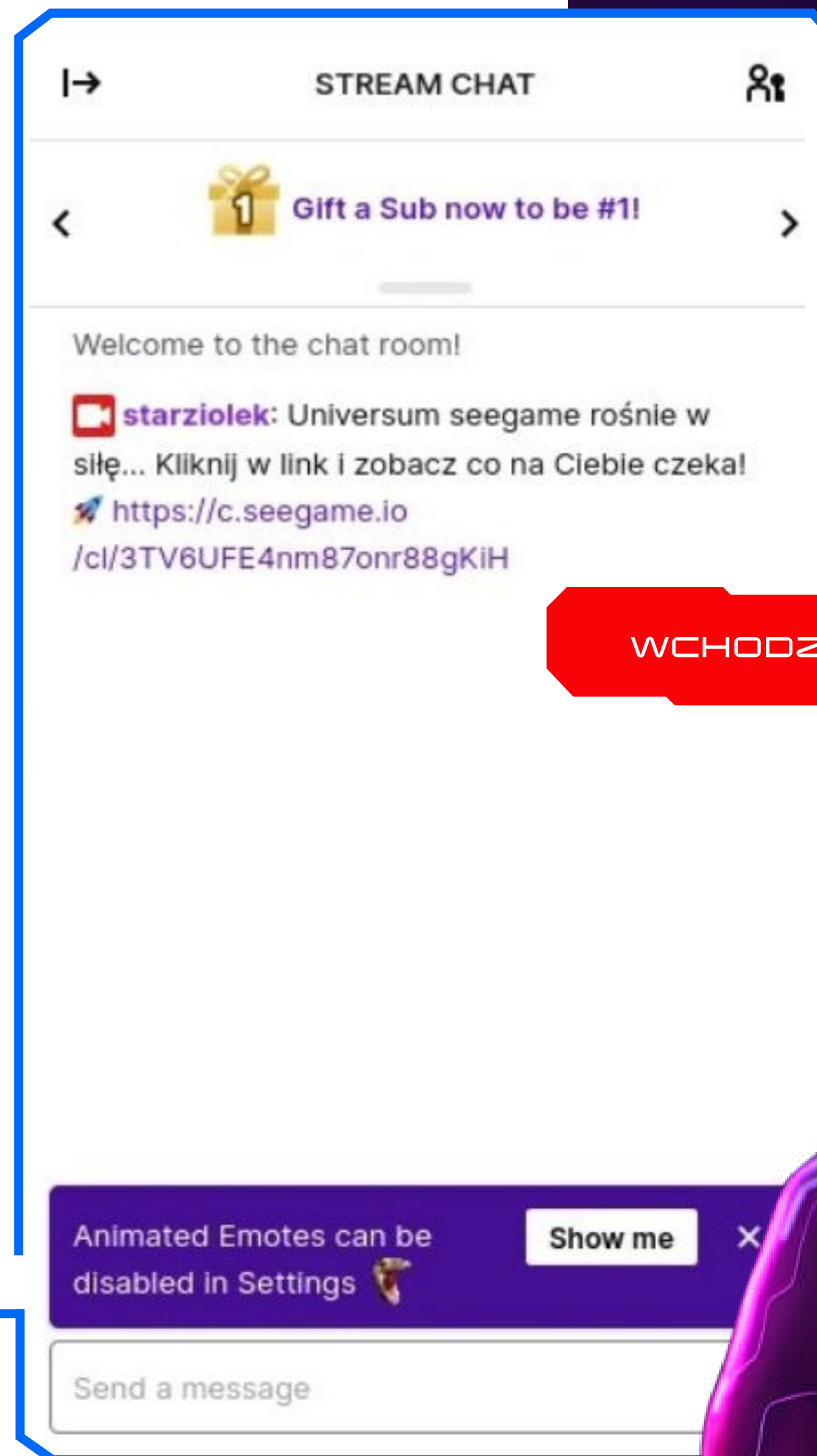
Możliwość rozliczania kampanii **w kryptowalutach**

DOBRE PRAKTYKI

KLUCZEM DO SUKCESU JEST...

1 Ciągła widoczność CTA

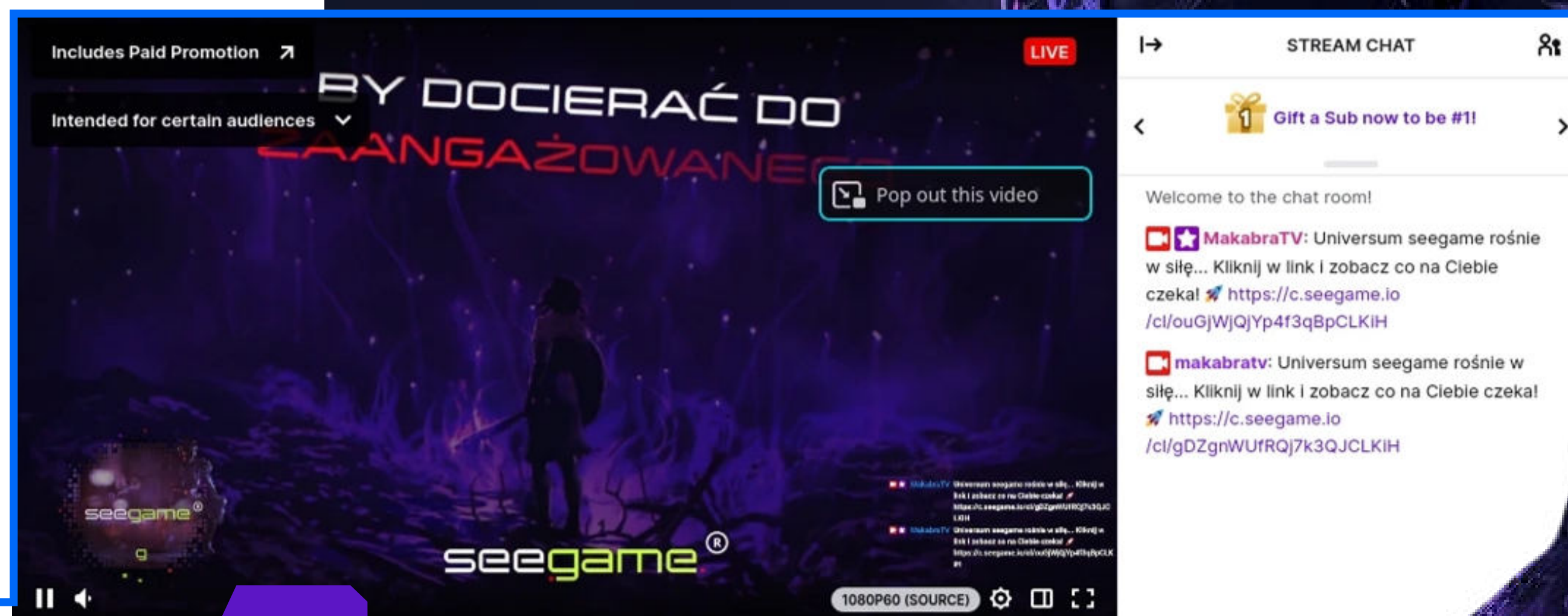
Ważne, aby **Call to Action** było stale widoczne podczas emisji reklamy, maksymalizując szansę na podjęcie interakcji.



DOBRE PRAKTYKI

KLUCZEM DO SUKCESU JEST...

Zgodność z tematem streama



Kreacje reklamowe powinny nawiązywać do **świata gier**, współpracując z główną tematyką Twitcha.

DOBRE PRAKTYKI

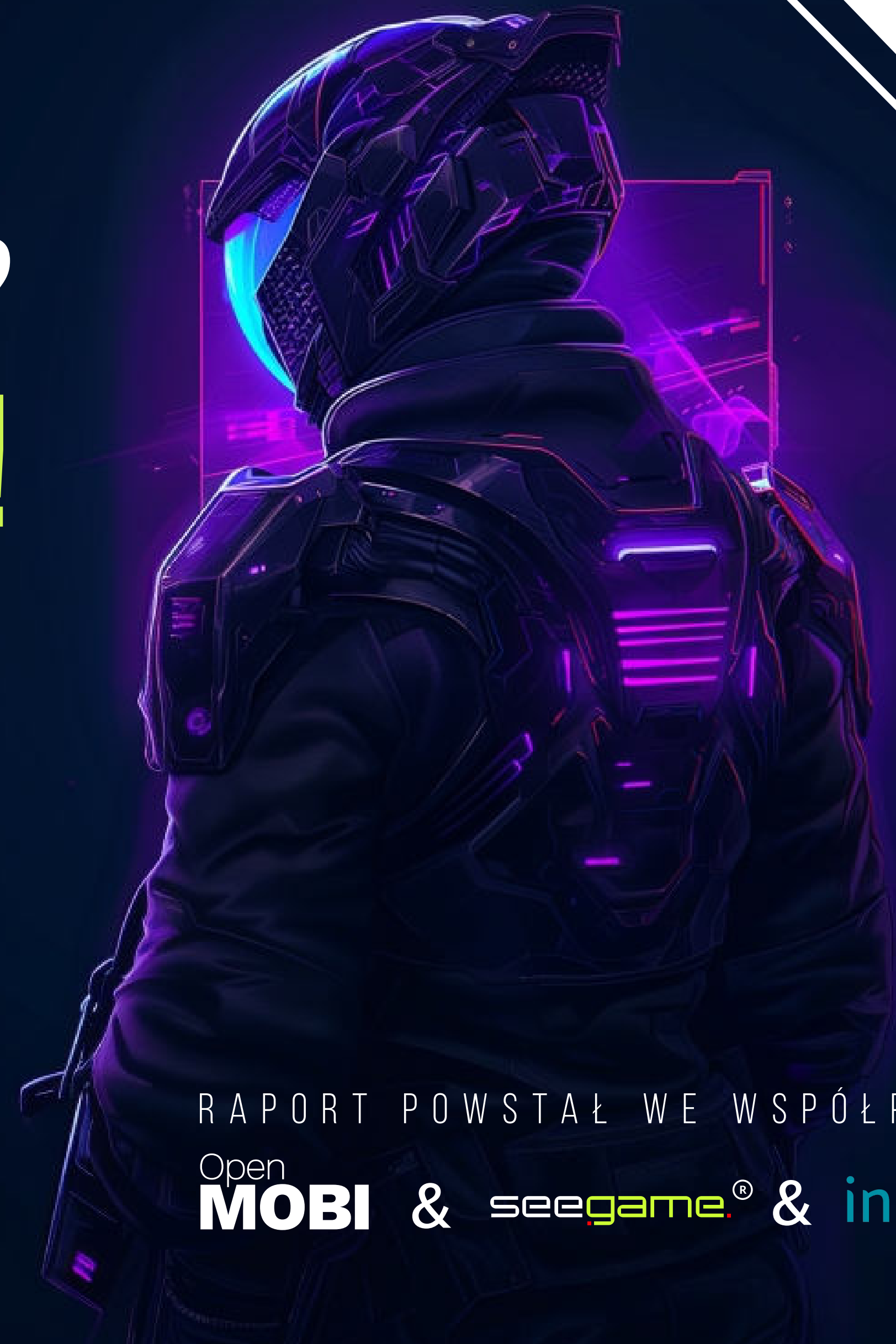
KLUCZEM DO SUKCESU JEST...

Dobór odpowiedniego formatu reklamowego

Najlepsze wyniki osiągnęte są przez spoty video o długości **15-30 sekund** oraz kreacje animowane.



JESTEŚ GOTOWY, BY WEJŚĆ DO GRY?
SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI!



RAPORT POWSTAŁ WE WSPÓŁPRACY:

Open
MOBI & seegame[®] & inquiry