

**ИССЛЕДОВАНИЕ** РОССИЙСКОЙ АУДИТОРИИ  
**КИБЕРСПОРТИВНЫХ КЛУБОВ**



# ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОЙ АУДИТОРИИ КИБЕРСПОРТИВНЫХ КЛУБОВ



О проекте

Исследование проведено в июле 2020 года сетью киберспортивных клубов и арен  COLIZEUM

**ЭТО ПЕРВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ АУДИТОРИИ ПОСЕТИТЕЛЕЙ КИБЕРКЛУБОВ.**



Исследование отвечает на такие вопросы как:

- Какой игровой стаж у посетителей киберклубов
- Сколько геймеры готовы тратить на свои увлечения
- Какие игры предпочитают геймеры
- Каким профессиональным брендам отдают предпочтение
- Что влияет на конечный выбор продукции потребителя в клубах
- Как геймеры оценивают перспективы профессионального роста в киберспорте



В итоге с помощью исследования покупательского поведения у представителя рынка **появляется возможность лучше узнать свою аудиторию, что в свою очередь помогает в построении выгодной маркетинговой стратегии продвижения товаров и услуг.**



Всего в исследовании приняли участие **более 2000 геймеров** из **20 регионов**, играющих в игры, признанные дисциплинами киберспорта на территории клубов, а также зрители киберспортивных турниров.

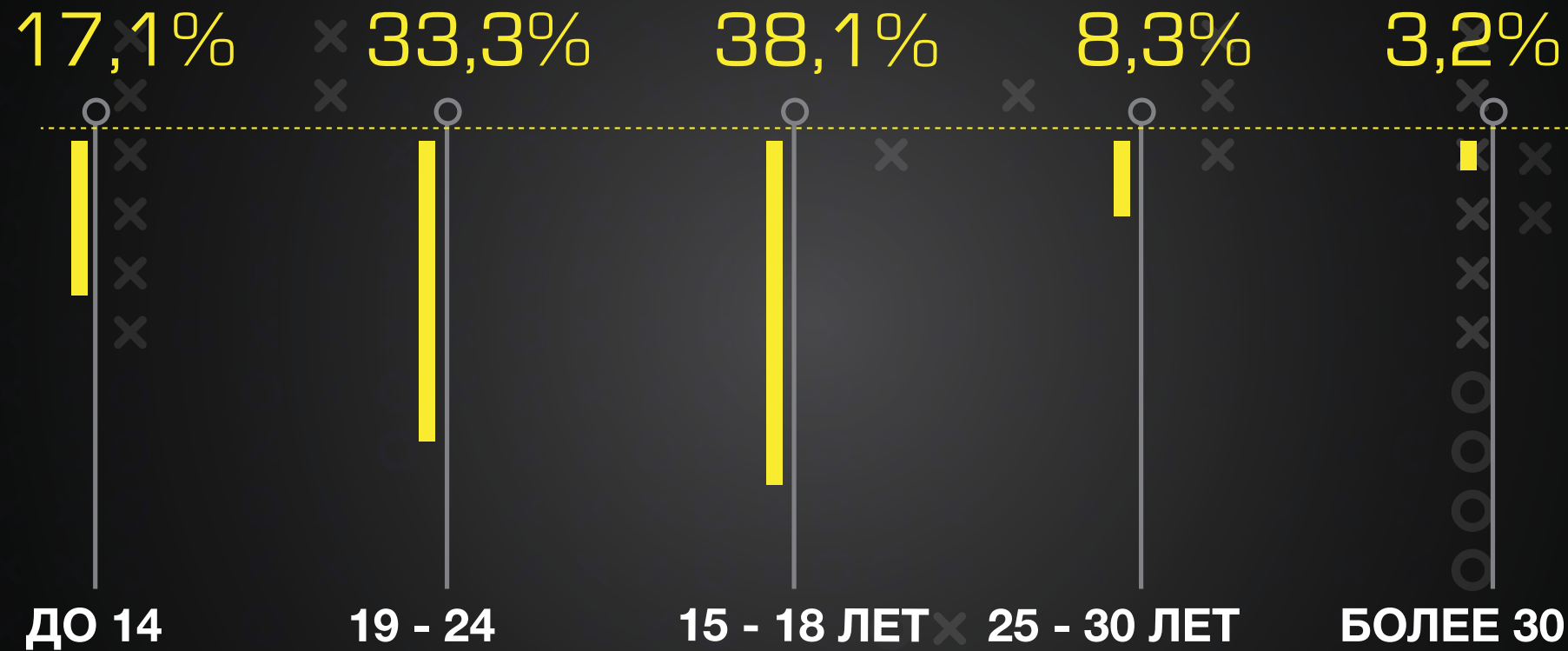


# ГЕОГРАФИЯ ОПРОСА



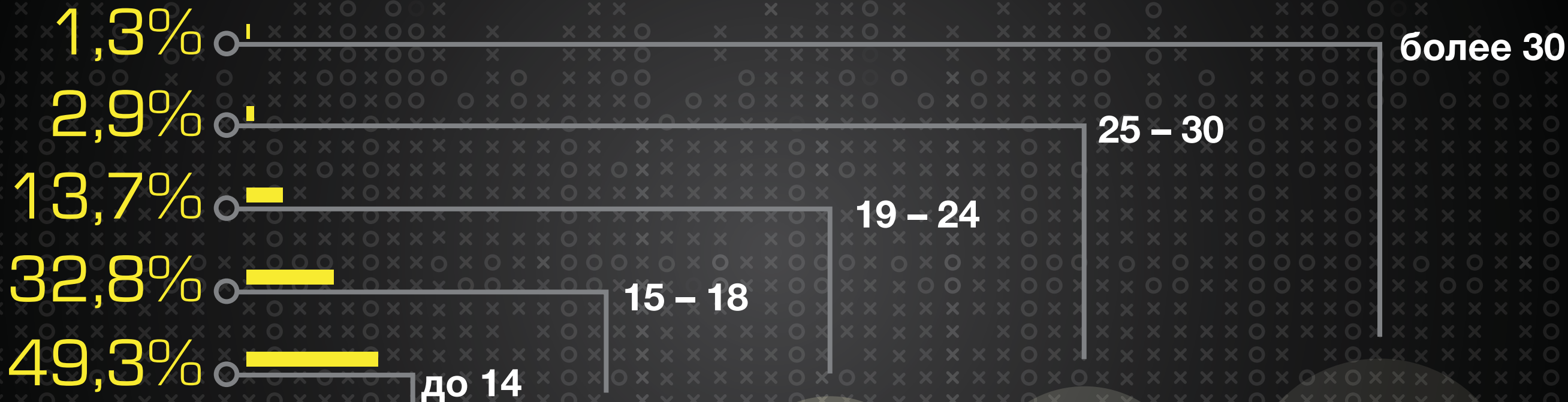


# ВОЗРАСТ





# ВЗАИМОСВЯЗЬ ВОЗРАСТА И ИНТЕРЕСА К КОМПЬЮТЕРНЫМ ИГРАМ





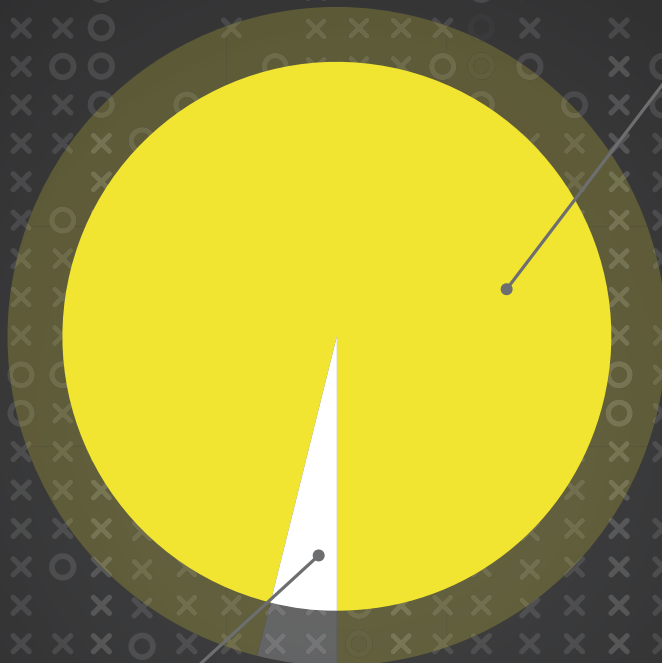
# ПОЛ



ЖЕНСКИЙ

4%

● 4%



МУЖСКОЙ

96%



● 96%



# ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ



РАБОТАЮ

30,2%



СТУДЕНТ (ВУЗ)

15,7%



СТУДЕНТ (СРЕДНЕЕ)

13,4%

БЕЗРАБОТНЫЙ

4,7%



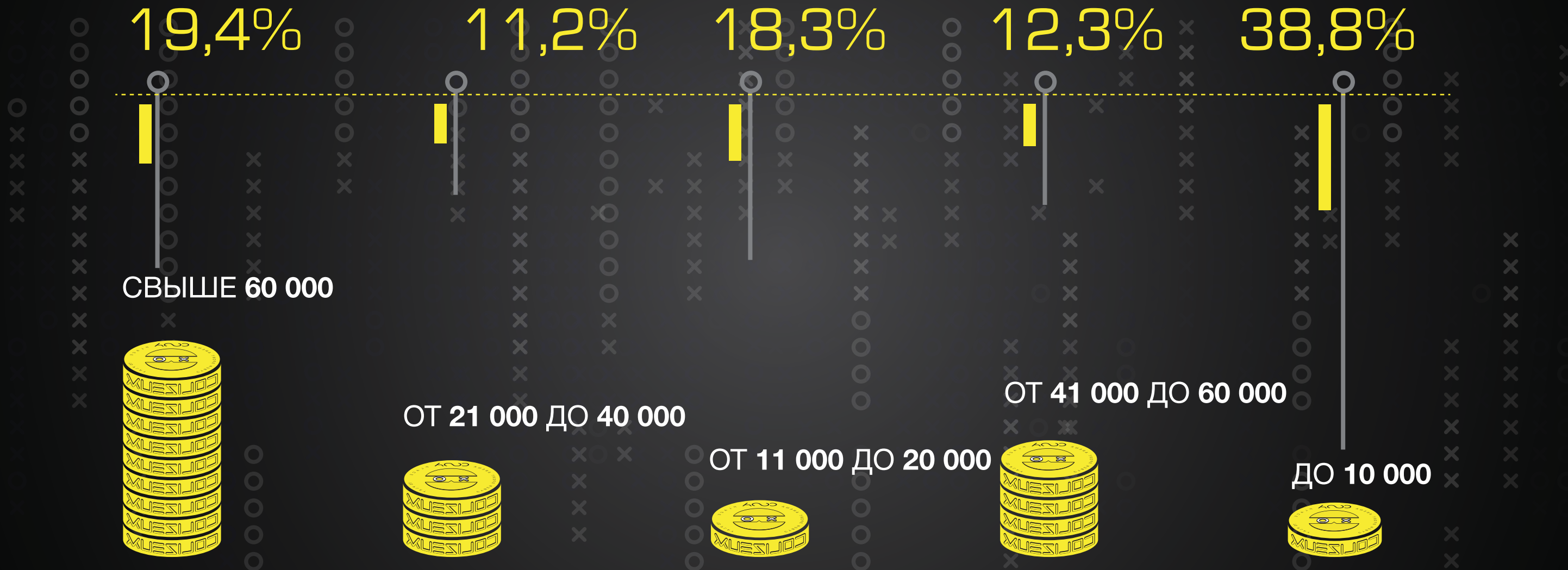
УЧАЩИЙСЯ В ШКОЛЕ

32,0%





# УРОВЕНЬ ДОХОДА В МЕСЯЦ







# УРОВЕНЬ РАСХОДОВ НА РАЗВЛЕЧЕНИЯ

от 11% до 20%

32,5%

более 50%

9,6%

от 21% до 30%

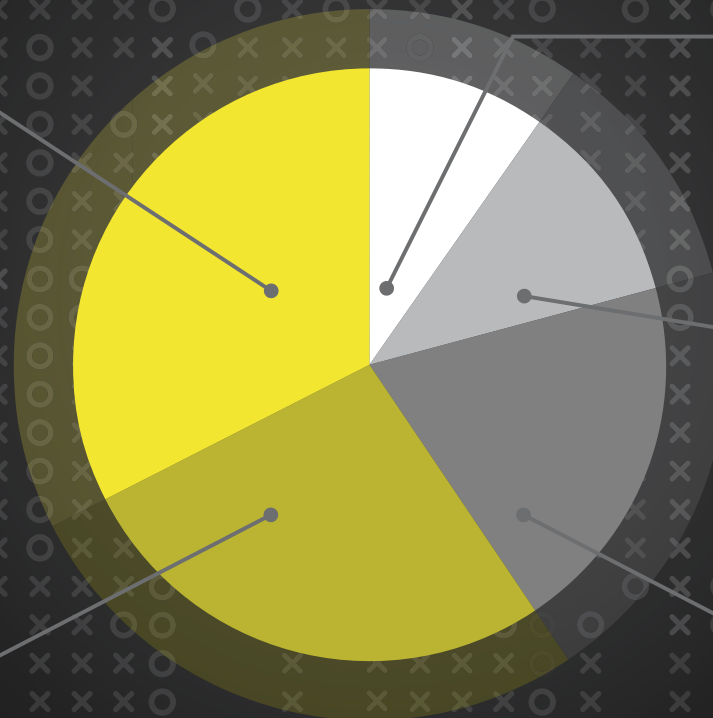
19,6%

менее 10%

27,0%

от 30% до 50%

11,2%





# КРИТЕРИИ ВЫБОРА КЛУБА ДЛЯ ПОСЕЩЕНИЯ

АТМОСФЕРА

37%

ОБОРУДОВАНИЕ

33,7%

СТОИМОСТЬ

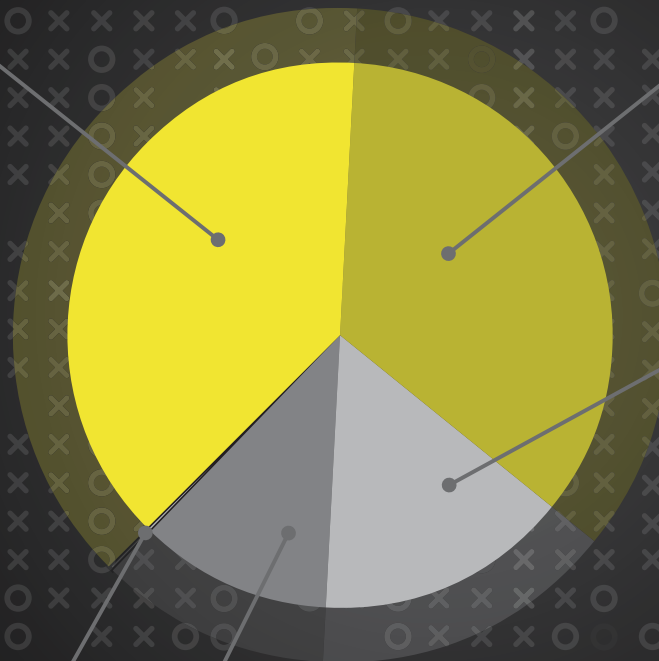
14,5%

ОБОРУДОВАНИЕ  
И СТОИМОСТЬ

0,2%

ЛОКАЦИЯ  
(БЛИЗОСТЬ К ДОМУ)

10,9%





# КРИТЕРИИ МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЯ КЛУБА



ОТДЕЛЬНЫЙ ВХОД

36,5%

НЕ ИМЕЕТ ДЛЯ МЕНЯ  
ЗНАЧЕНИЯ

34,5%

ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР

29,0%



# ПРИЧИНЫ ПОСЕЩЕНИЯ КОМПЬЮТЕРНОГО КЛУБА



ДОМА НЕТ МОЩНОГО КОМПА

25,9%



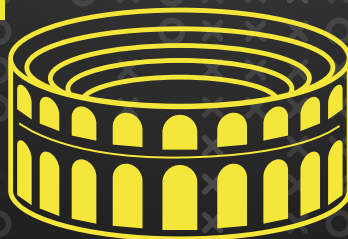
ХОЖУ ЗА КОМПАНИЮ С ДРУЗЬЯМИ

30,0%



ХОЖУ ЗА АТМОСФЕРОЙ

44,1%





# ВЗАИМОСВЯЗЬ ВЫБОРА КЛУБА И УДАЛЕННОСТИ ОТ ДОМА И ОФИСА



РЯДОМ С РАБОТОЙ

8,0%



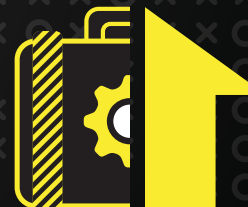
РЯДОМ С ДОМОМ

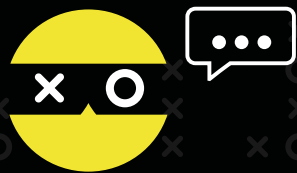
51,9%



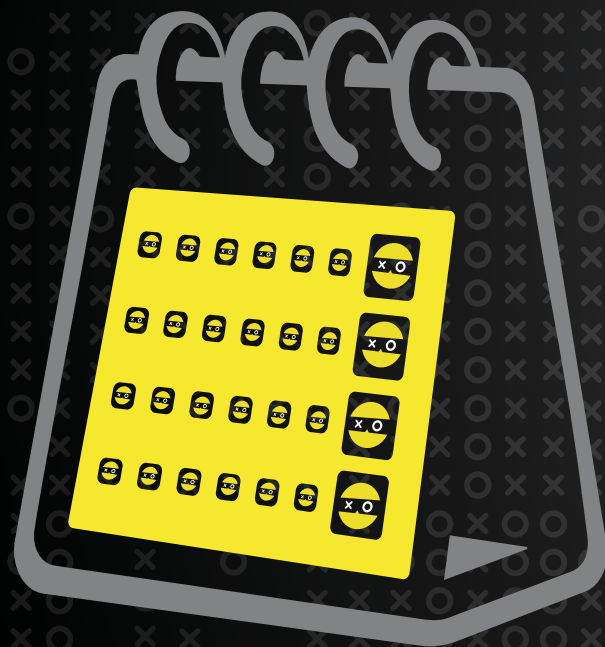
НЕ ПРИНЦИПИАЛЬНО

40,1%





# ПЕРИОДИЧНОСТЬ ПОСЕЩЕНИЯ КОМПЬЮТЕРНОГО КЛУБА

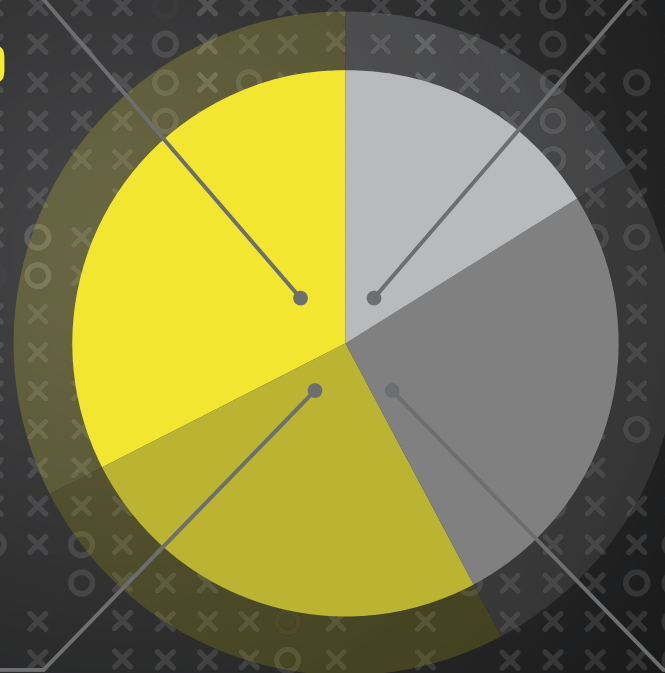


10 И БОЛЕЕ  
32,5%

1 РАЗ И РЕЖЕ  
16,2%

2-4  
26,1%

5-10  
25,3%





# КАК РАСПРЕДЕЛЕНА ОПТИМАЛЬНЫЕ ЧАСЫ ДЛЯ ПОСЕЩЕНИЙ КЛУБА ГЕЙМЕРАМИ

ДЕНЬ (12:00-16:00)

35,9%

НОЧЬ (ПОСЛЕ 22:00)

22,7%



УТРО (8-11:00)

8,7%

ВЕЧЕР (17:00-22:00)

11,2%



# ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ПОСЕЩЕНИЯ

## В ТЕЧЕНИЕ ДНЯ



41,5%

24,5%

18,4%

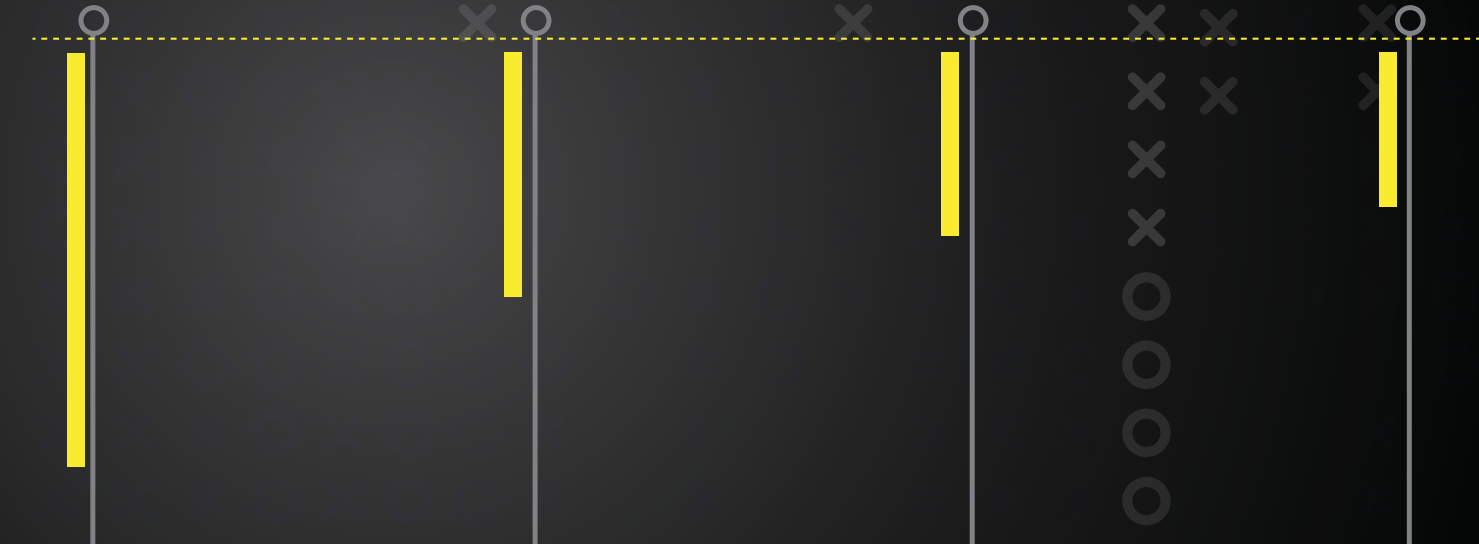
15,5%

3 ЧАСА

5 ЧАСОВ

1-2

ПРЕДПОЧИТАЮ  
НОЧНЫЕ







# ЧАСТОТА ПОСЕЩЕНИЙ КОМПЬЮТЕРНОГО КЛУБА С ДРУЗЬЯМИ



ХОЖУ ТОЛЬКО ОДИН

6,6%



ХОЖУ БОЛЬШЕ ОДИН

12,7%



ХОЖУ В ОСНОВНОМ С ДРУЗЬЯМИ

30,8%



ХОЖУ ТОЛЬКО С ДРУЗЬЯМИ

49,9%



# НАИБОЛЕЕ ИНТЕРЕСНОЕ ВРЕМЯ ПРОВОЖДЕНИЕ В КОМПЬЮТЕРНОМ КЛУБЕ



PC

74,8%



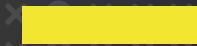
играю в PC и PS

20,7%



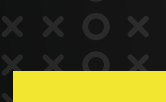
PS

4,5%



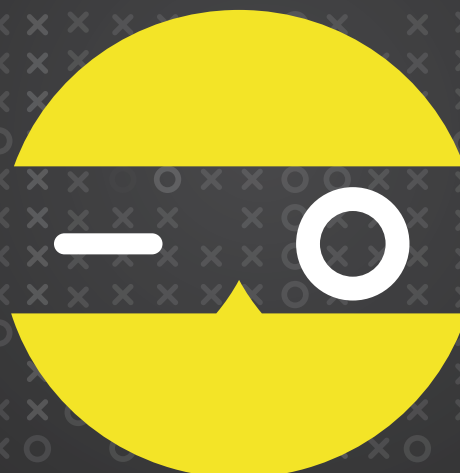


# КАКИЕ СОЦСЕТИ ПРЕДПОЧИТАЮТ ПОСЕТИТЕЛИ КОМПЬЮТЕРНЫХ КЛУБОВ



Instagram

20,4%



ВКонтакте

75,9%



FaceBook

1,0%





# ИНТЕРЕС ПОСЕТИТЕЛЕЙ КОМПЬЮТЕРНЫХ КЛУБОВ К ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛАМ ПРО КИБЕРСПОРТ

15,2%

НЕ ИСПОЛЬЗУЮ

39,0%

НЕТ

ДА

45,8%



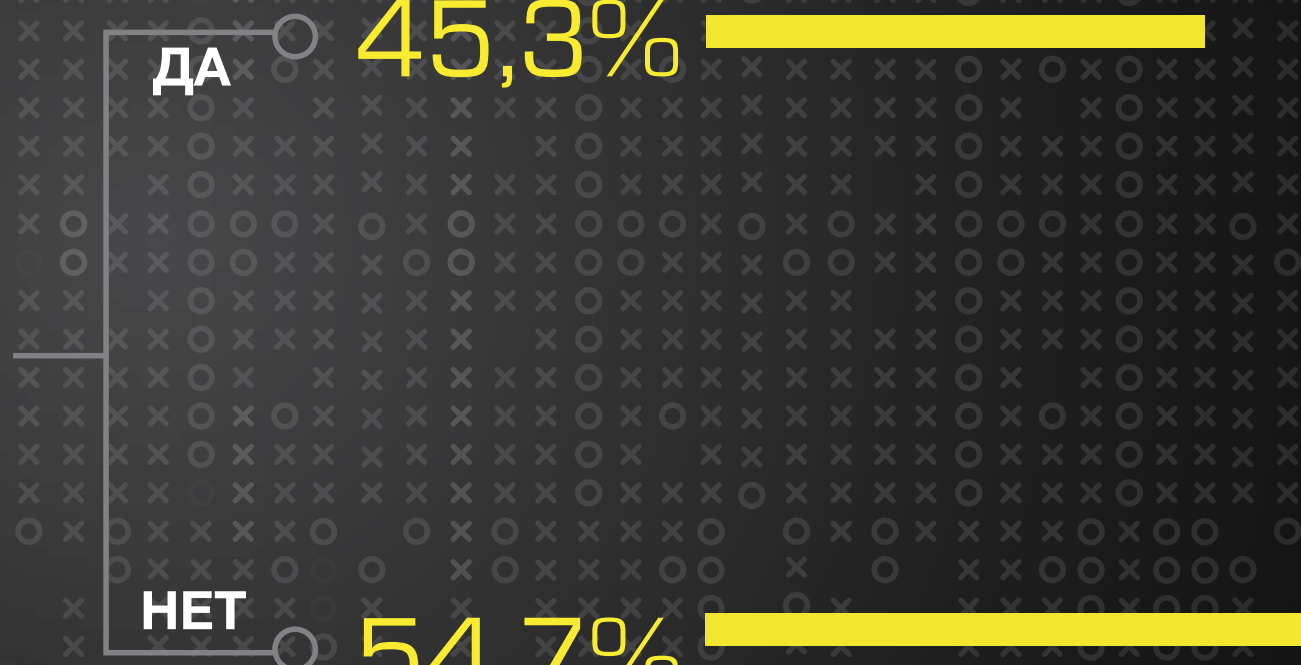


# ИГРАЮТ ЛИ ПОСЕТИТЕЛИ КЛУБОВ В КИБЕРСПОРТИВНЫЕ ИГРЫ НА ТЕЛЕФОНЕ



ДА 45,3%

НЕТ 54,7%





# КАКИЕ МЕССЕДЖЕРЫ ПРЕДПОЧИТАЮТ ПОСЕТИТЕЛИ КОМПЬЮТЕРНЫХ КЛУБОВ



СОБЩЕНИЯ  
SMS

1,1%



WhatsApp

18,0%



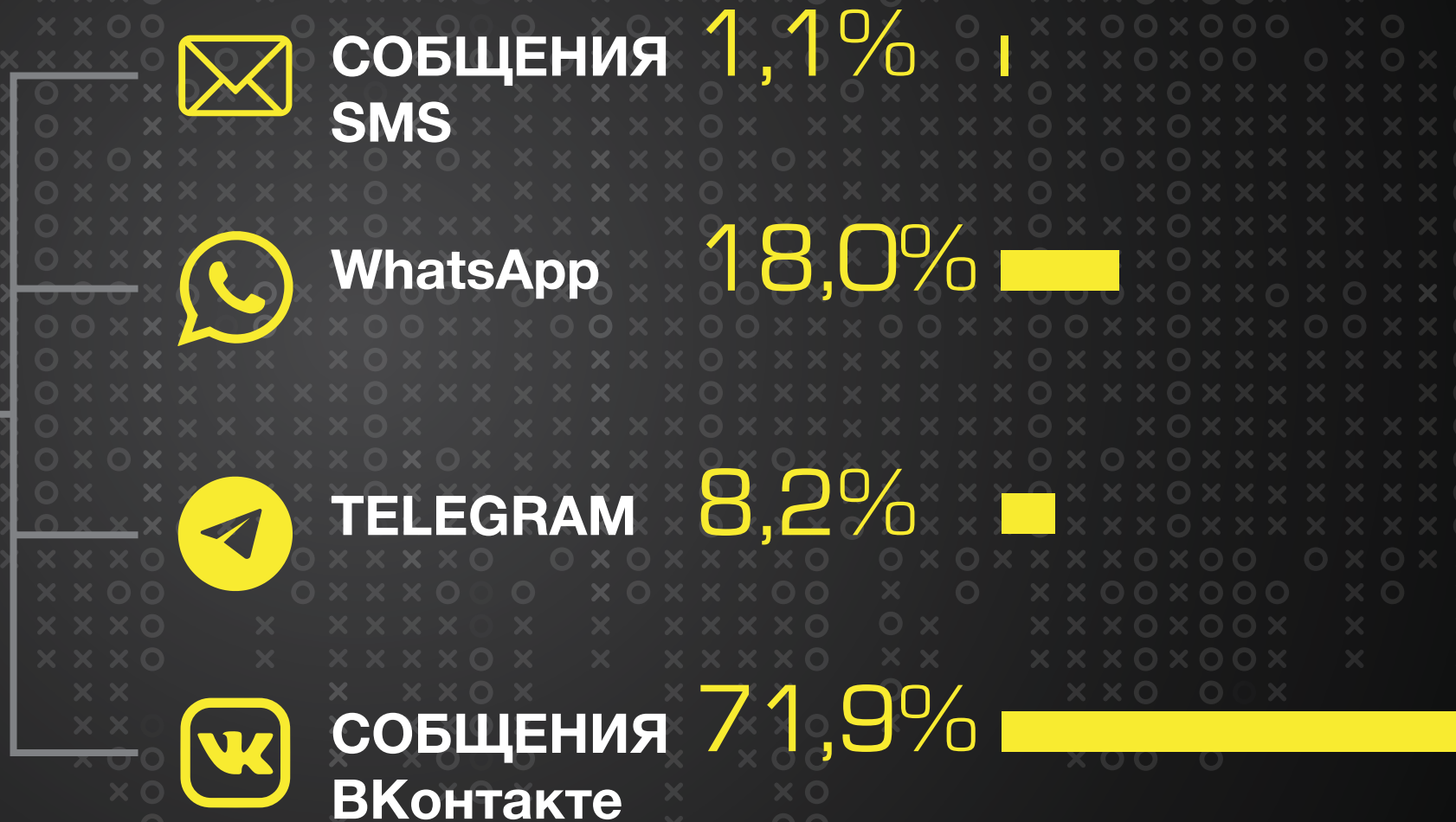
TELEGRAM

8,2%



СОБЩЕНИЯ  
ВКонтакте

71,9%



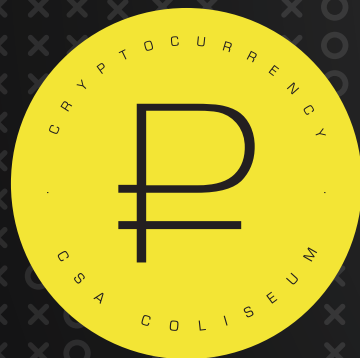


# ИСПОЛЬЗУЮТ ЛИ ПОСЕТИТЕЛИ КЛУБОВ ДЛЯ ОПЛАТ БАНКОВСКИЕ КАРТЫ





# ЧАСТОТА ПОКУПОК В БАРЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ КЛУБОВ



ВРЕМЯ ОТ ВРЕМЕНИ 34,1%

КАЖДЫЙ ВИЗИТ 24,5%

ПОКУПАЮ В РЕДКИХ 22,1%

НИЧЕГО НЕ ПОКУПАЮ 19,4%





# КУРЯТ ЛИ ПОСЕТИТЕЛИ КОМПЬЮТЕРНЫХ КЛУБОВ СИГАРЕТЫ ИЛИ ИХ АНАЛОГИ

43,4%

ДА



НЕТ

56,6%





# УПОТРЕБЛЯЮТ ЛИ АЛКОГОЛЬ ПОСЕТИТЕЛИ КОМПЬЮТЕРНЫХ КЛУБОВ



НЕ УПОТРЕБЛЯЮ СОВСЕМ

42,5%

ИНОГДА

36,2%

СИМВОЛИЧЕСКИ МАЛО

18,3%

ДА

0,2%



# ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПО ДИАГОНАЛИ МОНИТОРА



17,5%



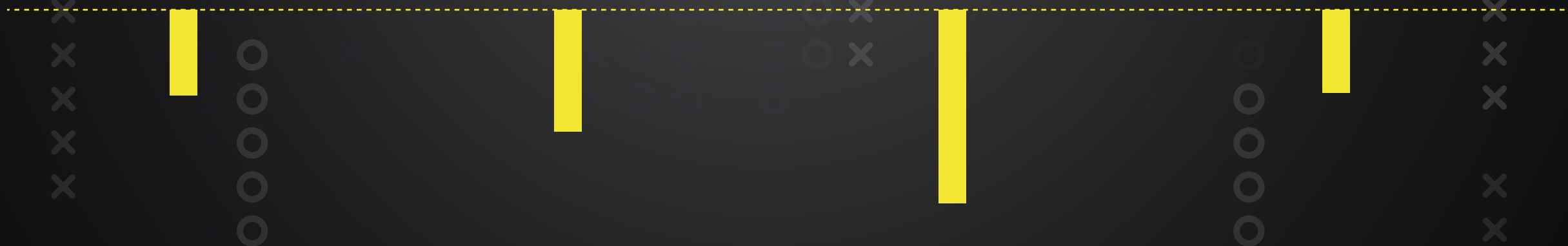
24,9%



39,6%

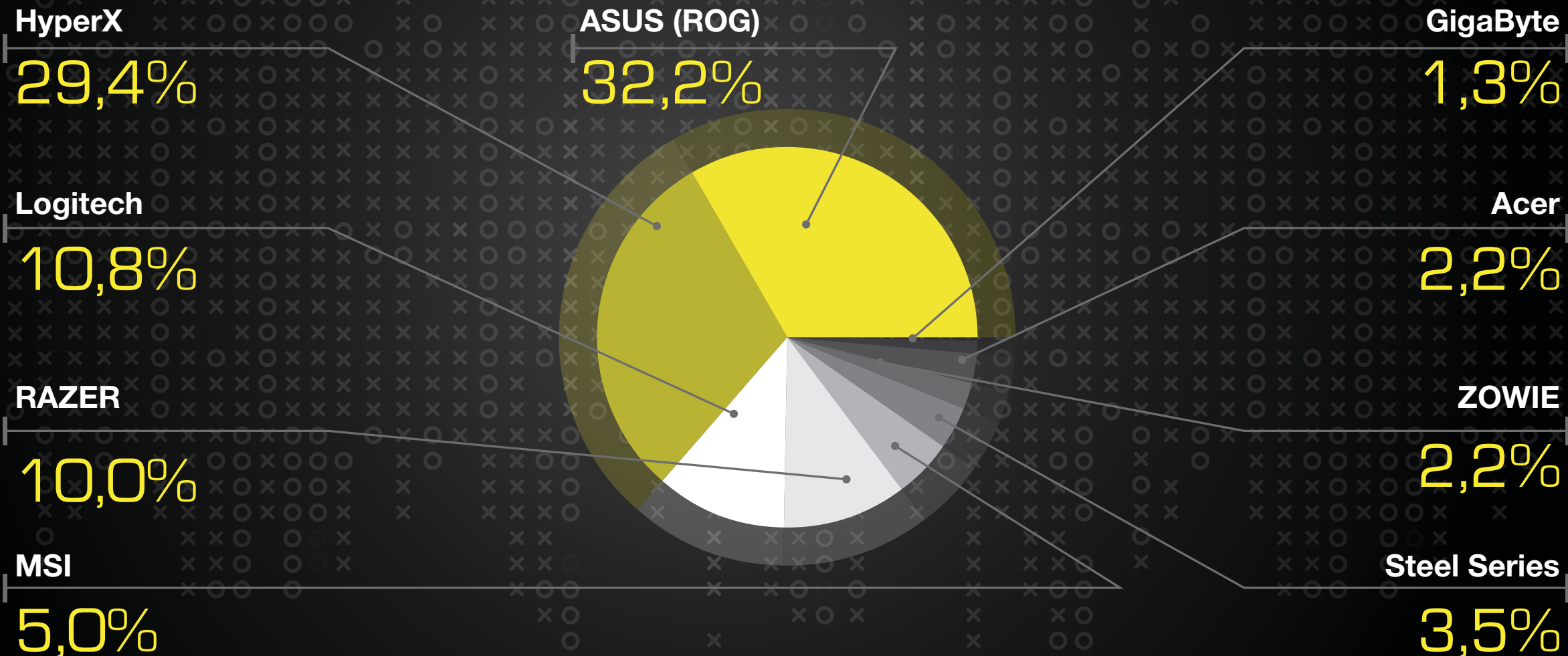


17,0%



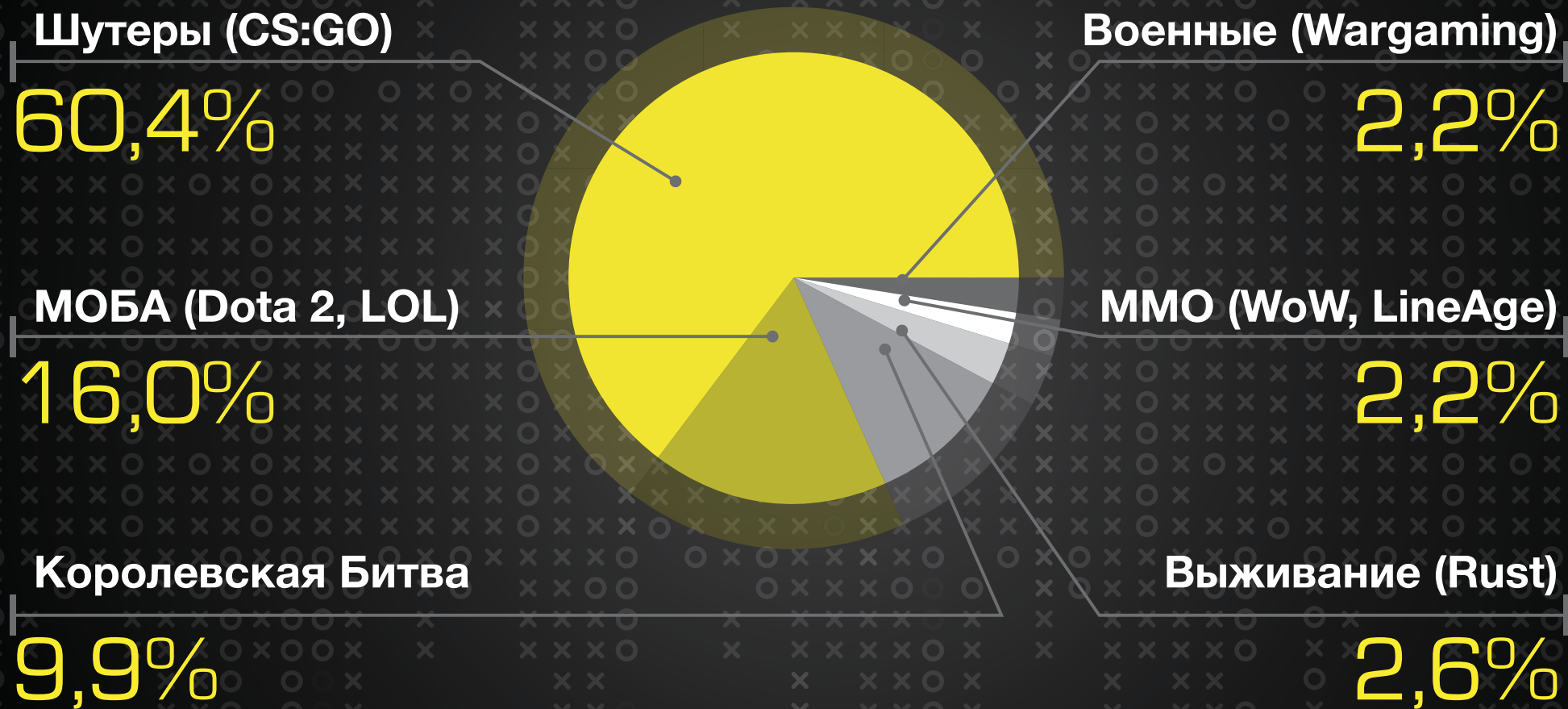


# БРЕНД, КОТОРЫЙ ВЫДЕЛЯЮТ ПОСЕТИТЕЛИ КОМПЬЮТЕРНЫХ КЛУБОВ СРЕДИ ПРОЧИХ



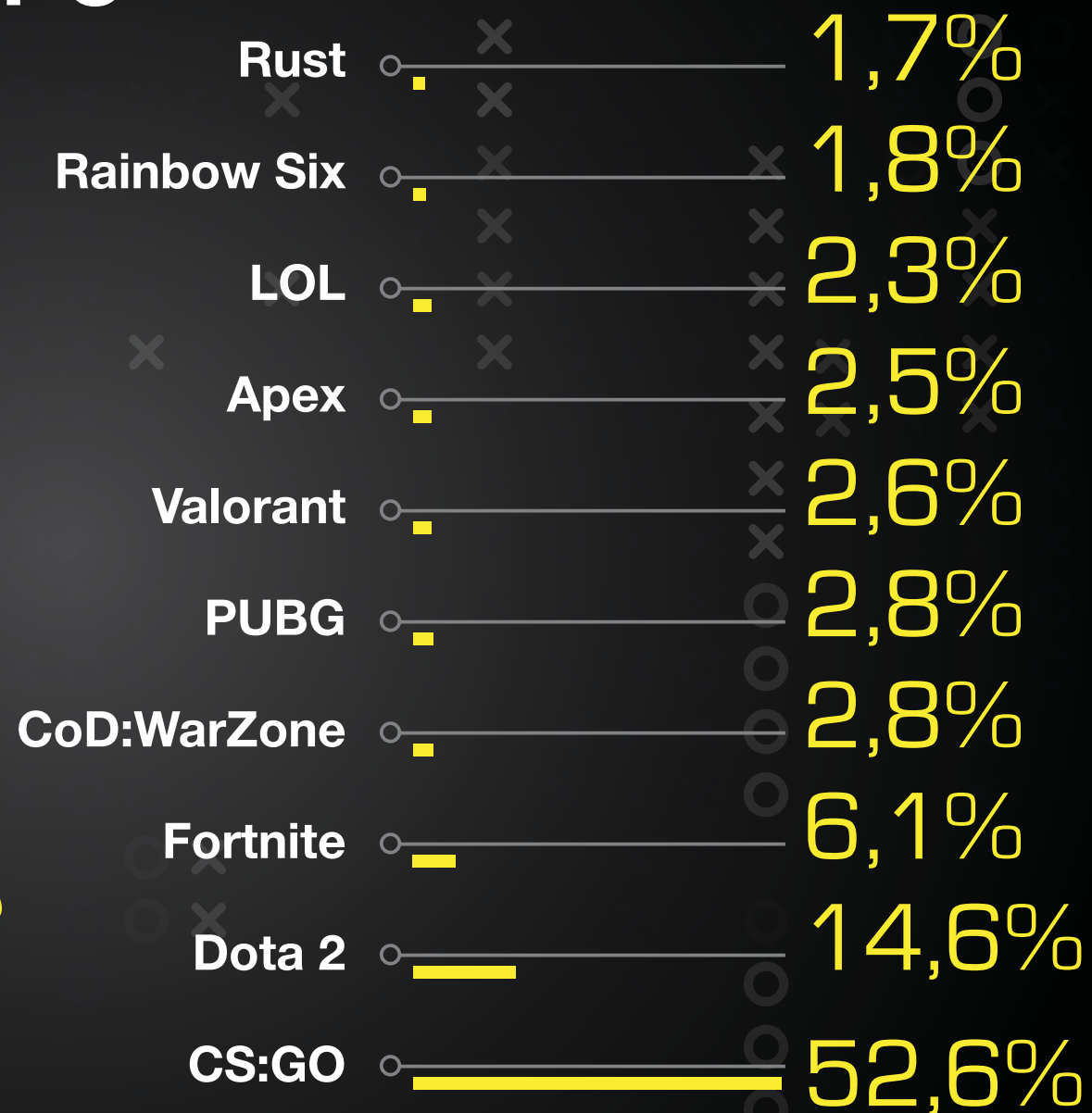


# ЛЮБИМЫЙ ЖАНР ИГР НА РС



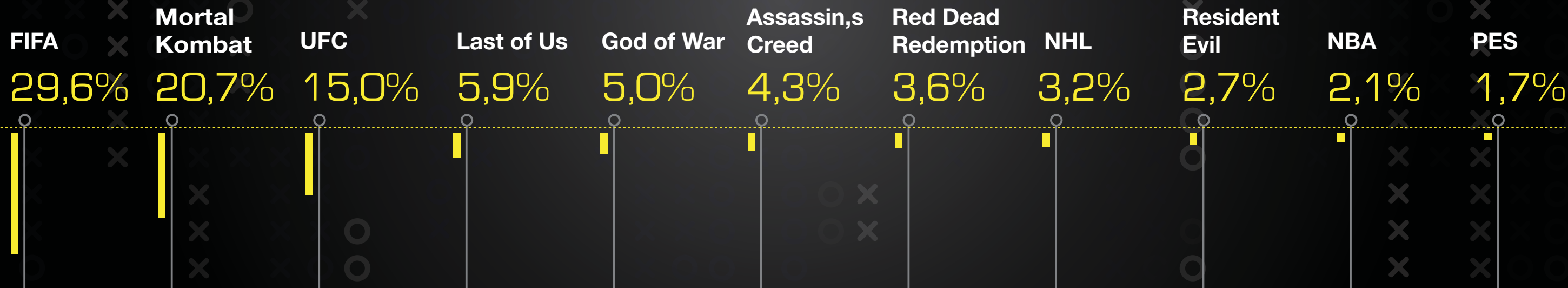


# ЛЮБИМАЯ ИГРА НА РС





# ЛЮБИМАЯ ИГРА НА PS





# ОПТИМАЛЬНАЯ ПРОГРАММА ЛОЯЛЬНОСТИ



БОНУСНАЯ (НАЧИСЛЕНИЕ) 57,8%

СКИДОЧНАЯ 24,9%

АКЦИОННАЯ СИСТЕМА 17,3%





# ПЕРИОДИЧНОСТЬ УЧАСТИЯ В ТУРНИРАХ



СТАРАЮСЬ ПРИНЯТЬ УЧАСТИЕ  
ВО ВСЕХ ДОСТУПНЫХ ТУРНИРАХ

19,3%

УЧАСТВУЮ В СЛУЧАЕ ИНТЕРЕСНОЙ  
МНЕ ИГРЫ, УДОБНОГО ВРЕМЕНИ  
И ФОРМАТА ПРОВЕДЕНИЯ

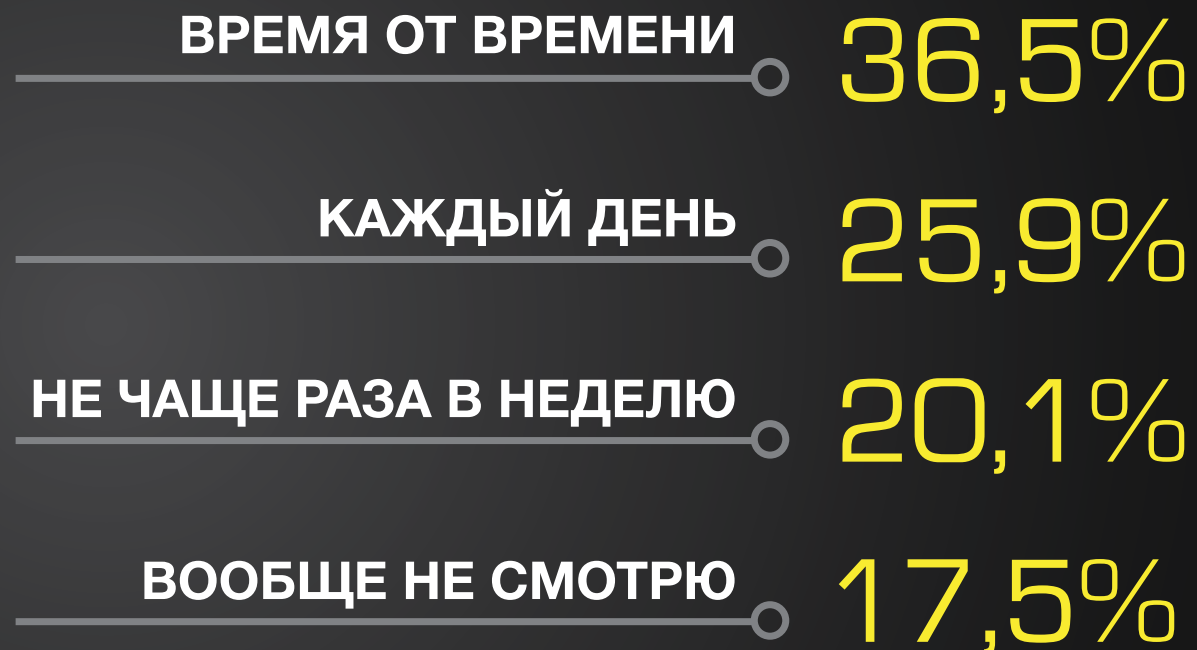
25,0%

НЕ УЧАСТВУЮ  
В ТУРНИРАХ ВООБЩЕ

55,7%



# ЧАСТОТА ПРОСМОТРА КИБЕРСПОРТИВНЫХ ТРАНСЛЯЦИЙ





# ГОТОВНОСТЬ СТАТЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫМ КИБЕРТСПОРТСМЕНОМ





# ГОТОВНОСТЬ ОБУЧАТЬСЯ КИБЕРСПОРТУ НА ПЛАТНОЙ ОСНОВЕ

