

САМОЕ БОЛЬШОЕ СПОРТИВНОЕ МЕДИА В РОССИИ



20 23

⋮ sports.ru

mediakit

Sports.ru – digital-издательство для неравнодушных к спорту.

НАША МИССИЯ

- рассказывать главное о спорте
- развлекать болельщиков
- помогать рекламодателям
встроиться в спорт и наладить
контакт с его поклонниками

О нас

SPORTS.RU – САМОЕ БОЛЬШОЕ СПОРТИВНОЕ МЕДИА В РОССИИ.

MAU

30 млн

УНИКАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

DAU

3 млн

УНИКАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

SOCIAL

8 млн

ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В МЕСЯЦ В VK, INSTAGRAM,
FACEBOOK, TELEGRAM, ТИКТОК

**ПОЛЬЗОВАТЕЛИ
СПОРТСА —
ЖИВЫЕ ЛЮДИ,
КОТОРЫЕ
СЛЕДЯТ
НЕ ТОЛЬКО
ЗА СПОРТОМ.**

Аудитория

Главные интересы нашей аудитории
и аффинити-индексы по ним:

открытие бизнеса

221

автомобили

207

отдых

193

телеком

164

финансы

161

фитнес

161

недвижимость

160

покупки онлайн

158

часы и украшения

158

техника/электроника

156

инвестиции

152

25 — 44
ГОДА

КРУПНЫЕ
ГОРОДА РФ

Ядро аудитории

МУЖЧИНЫ

75%

ЖЕНЩИНЫ

25%

Sports.ru – это

КТО МЫ

10

РАЗДЕЛОВ

Футбол
Фигурное катание
Хоккей
Теннис
Биатлон
Лыжи
Авто/мото
Бокс/ММА
Баскетбол
Прочие олимпийские виды

3

МИНИ-
МЕДИА

Здоровье
(любительский спорт,
здоровый образ жизни,
любовь к телу и забота
о себе)

Медиафутбол

Ставки

Что мы делаем

Sports.ru – это

ТРИБУНА

блоговая платформа, где постят и обычные болельщики, и селебрити: бывший вратарь «Спартака» Артем Ребров, звезда «Челси» нулевых Алексей Смертин и другие

Что мы делаем

Sports.ru – это

200

МЛН ПРОЧТЕНИЙ
КОНТЕНТА В МЕСЯЦ

150

МЛН ПРОСМОТРОВ
ЕЖЕМЕСЯЧНЫЙ
ОХВАТ СОЦ СЕТЕЙ

8

МЛН ПОДПИСЧИКОВ
В СОЦ СЕТЯХ

30

ВЕРТИКАЛЕЙ

2 ПРИНЦИПА

1. Контент – для всех, от топ-менеджеров индустрии до случайных зрителей

2. Спорт для нас больше, чем просто голы, очки и секунды

Глубокая аналитика

Эксклюзивные исследования рынка

Объяснения простым языком

Тексты про географию, историю и культуру разных стран

Гифки, в том числе с котиками

Интервью с полным погружением в жизнь героев

Стиль: чем живут спортсмены в обычной жизни?

Здоровье: как занимаются спортом любители

Зачем мы это делаем

НАШ СЛОГАН – «ДЕЛАЕМ СПОРТ ЛУЧШЕ».

МЫ ХОТИМ, ЧТОБЫ НАШ СПОРТ БЫЛ ПРОГРЕССИВНЫМ,
ЯРКИМ, ЗАБОТИЛСЯ О БОЛЕЛЬЩИКАХ.

После нашего текста об отсталости составления календаря матчей в чемпионате России по футболу лига поменяла всю механику работы.

Олимпийский чемпион в прыжках с трамплина Владимир Белоусов в 2014 году рассказал Sports.ru, что в 90-е у него украли медаль. После нашего обращения МОК сделал ему дубликат награды.

Блогер Sports.ru нашел проблему, из-за которой школа футболиста Александра Головина не получила 16 млн рублей после его перехода в «Монако». Вскоре деньги школе перевели, она уложила новое поле.

После нашего текста академия футбола для людей с синдромом Дауна получила бесплатную экипировку от Puma и нашла спонсоров.



КИБЕР – ОТДЕЛЬНОЕ МЕДИА В СОСТАВЕ SPORTS.RU.

Киберспорт вырос в огромную индустрию и в мире, и в России – и мы росли вместе с ним, пройдя путь от нескольких сотен тысяч читателей до 5 000 000 уникальных пользователей ежемесячно.

Мы поняли, что не стоит ограничивать читателей и ограничиваться самим. У нас появился раздел «Игры», потом – «Кино», а еще позже – «Стримеры». Поэтому в 2022 году мы провели ребрендинг, превратившись в Кибер. Поэтому мы создаем разнообразный контент. И поэтому нас любят читатели.

МЫ НАХОДИМ
ЗАХВАТЫВАЮЩИЕ СПОРТИВНЫЕ
ИСТОРИИ И ПРЕВРАЩАЕМ ИХ
В ДОКУМЕНТАЛЬНЫЕ ФИЛЬМЫ
И СЕРИАЛЫ.

Юнайтед



РОССИЙСКИЙ
ФУТБОЛЬНЫЙ
СОЮЗ

МАТЧ ПРЕМЬЕР

KION
ОНЛАЙН-КИНОТЕАТР МТС

 **Wink**

СИРЕНА

Сирена

ПОЛНОЦЕННАЯ КРЕАТИВНАЯ СТУДИЯ В СТРУКТУРЕ SPORTS.RU.

СО СВОИМИ РАЗРАБОТЧИКАМИ, ДИЗАЙНЕРАМИ И РЕДАКТОРАМИ.


**НАША
ЦЕЛЬ**

Не просто откручивать показы, а гордиться тем, как мы нарисовали спецпроект, нашли оригинальное техническое решение и заставили людей зависать в наших играх дольше 20 минут.

Мы каждый день придумываем, как балансировать между рекламной эффективностью и развлечением для пользователей.

Mediakit-2023

 **sports.ru**



**SPORTS.RU И «СИРЕНА» —
НАСТОЯЩАЯ ФАБРИКА
СПЕЦПРОЕКТОВ.**

Спецпроекты

Мы делаем абсолютно разные по своим форматам проекты — от нативных текстов и эмодзи-тестов до больших проектов с музыкой, пиксельной графикой и системой ачивок.

Мы не ограничиваем себя в форматах — можем сделать живое онлайн-шоу, провести лекцию в офлайне и онлайн, снять видео и записать подкаст. И сразу же придумать, что делать дальше — идей у нас хватает. А большой накопленный опыт позволяет делать все это на высоком уровне.

Спецпроекты

НАШИ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ЛЮБЯТ НАШИ СПЕЦПРОЕКТЫ,
И ЭТО ПРИНОСИТ ЭФФЕКТИВНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ДЛЯ
БРЕНДА.

>100 ТЫС
УНИКОВ

СРЕДНИЙ ОХВАТ НАШИХ ИГРОВЫХ СПЕЦПРОЕКТОВ

2-5 МИН

СРЕДНЕЕ ВРЕМЯ НА НАШИХ
ИГРОВЫХ СПЕЦПРОЕКТАХ

5-12 ТЫС

СРЕДНЕЕ КОЛИЧЕСТВО ПЕРЕХОДОВ
НА САЙТ ПАРТНЕРА

ПРИЗЫ, КОТОРЫЕ МЫ
ВЫИГРЫВАЛИ С НАШИМИ
СПЕЦПРОЕКТАМИ:
MARSPO, СЕРЕБРЯНЫЙ
МЕРКУРИЙ, BEST
MARKETING AWARDS.

ВХОДИЛИ В ШОРТ-ЛИСТЫ
НА ПРЕМИЯХ: EFFIE, MIXX
AWARDS.

Mediakit-2023

Премии



MARSPO
Конференция по спортивному
маркетингу



SilverMercury™

bema!



МИКС
РОССИЯ



effie

sports.ru

Базовые механики

**ИНОГДА СИЛА СПЕЦПРОЕКТА –
НЕ В МЕХАНИКЕ ИЛИ УНИКАЛЬНОМ ДИЗАЙНЕ,
А В СКОРОСТИ РЕАКЦИИ НА ИНФОПОВОД.**

В спорте очень важна моментальная реакция. Специально для таких случаев мы разработали 10 механик, с которыми спецпроект можно собрать всего за несколько дней.

А еще такие механики по-настоящему привычны нашим пользователям. Редакция регулярно делает тесты и квизы разных форматов, поэтому спецпроекты в таком формате позволяют делать нативные интеграции. Игровой формат подачи контента вовлекает читателей и делает контакт с брендом еще более тесным.

КАКИЕ МЕХАНИКИ У НАС ЕСТЬ?

классический тест

тест с ребусами из эмодзи

тест с гифками

тест на перечисление ответов

тест с открытыми вопросами

игра на принятие решений

тест без правильных ответов

парное бесконечное голосование

редакционный рейтинг с голосованием

голосование по олимпийской сетке

Мы любим делать игры, которые опираются на знания наших пользователей об их любимых видах спорта, командах и лигах. Каждый болельщик считает, что знает свой вид спорта лучше всех — и мы даем ему возможность это доказать.

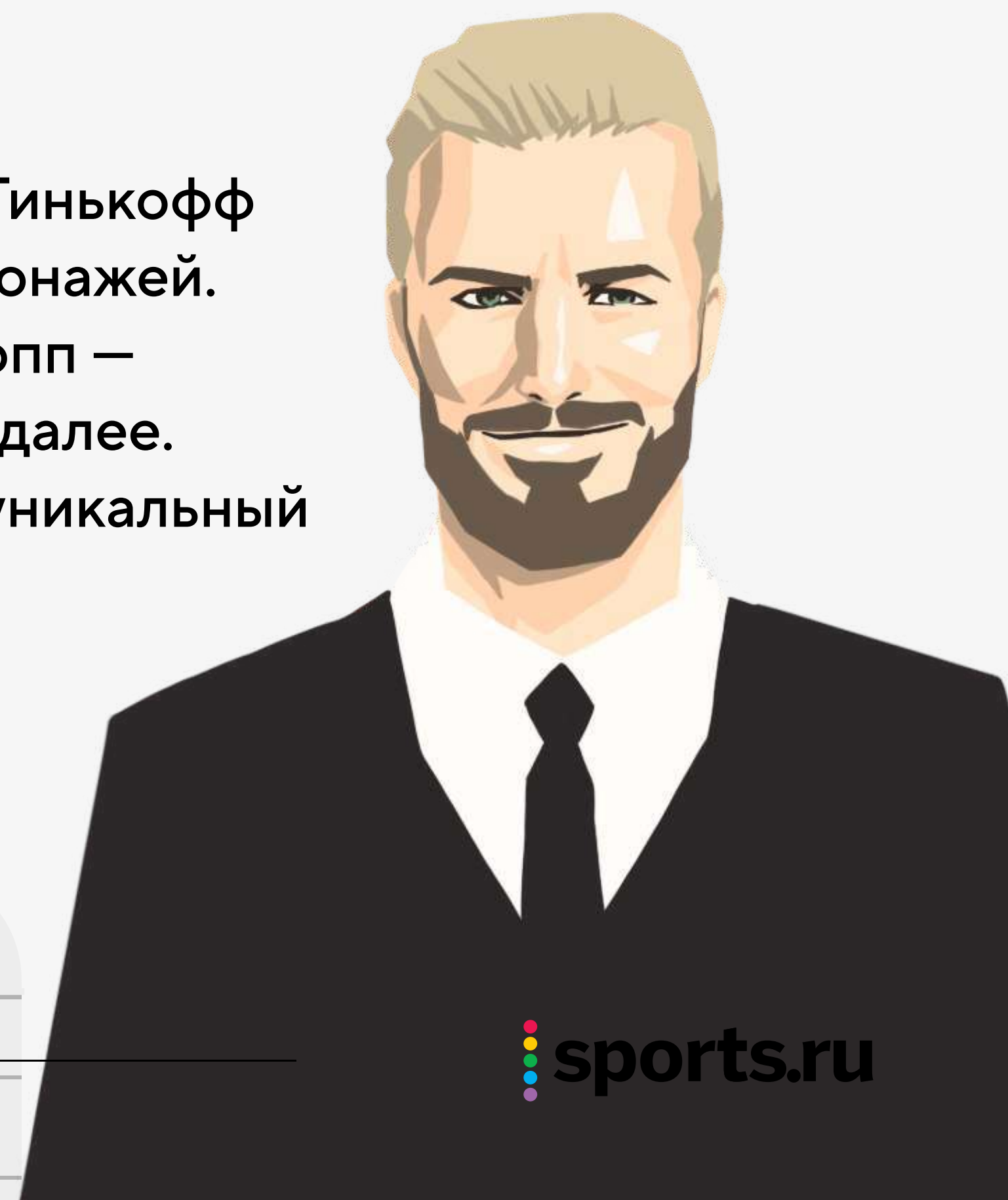
Хороший пример такого хода — наш спецпроект с букмекером «Олимп» во время ЧМ-2022 по футболу. Мы предложили пользователям вспомнить легендарные голы с чемпионатов мира прошлых лет — нужно было угадать автора гола по его схематичной иллюстрации. Сами схемы мы изобразили в стиле рисунков на полях школьных тетрадей — многие болельщики делали такие рисунки в детстве, а в девяностые и в начале нулевых так иллюстрировал голы печатный «Спорт-Экспресс».



Еще одно заметное направление в наших спецпроектах — игры, основанные на механиках, знакомых людям с детства. На таких проектах повышается вовлеченность пользователей, доверие к проекту и, как следствие, финальная результативность в виде переходов и активаций предложений.

Хороший пример такого проекта — игра в «города», сделанная вместе с «Тинькофф Банком». Задача игрока — обыграть каждого из противостоящих ему персонажей. Все соперники называют города по определенному принципу: Юрген Клопп — города с рок-фестивалями, Дэвид Бекхэм — с ресторанами Мишлен и так далее. За счет побед над разными персонажами пользователь мог собрать свой уникальный кэшбек в разных категориях и открыть дебетовую карту Tinkoff Black.

Такой подход позволил повысить финальную эффективность проекта.



Своими спецпроектами мы разбиваем стереотипы. Например, что спортивная аудитория — это исключительно про мужчин.

С платежной системой «Мир», которая спонсирует Федерацию фигурного катания и хотела использовать образы главных спортсменок, мы перед зимней Олимпиадой-2022 предложили крупный имиджевый проект на стыке спорта и глянца.

В России – лучшие фигуристки мира, их обожают аудитория, но группы болельщиков между собой зачастую не дружат (и это еще мягко сказано).

Так возникла идея доброй фотосессии, которая объединила главных соперниц – Камилу Валиеву и Анну Щербакову. В истории российского Vogue это была лишь вторая такая трехсторонняя коллаборация.



За день до старта Олимпиады на сайте Vogue вышло интервью Камилы Валиевой и Анны Щербаковой, для которого девушки поучаствовали в нежной фотосессии в фирменных цветах «Мира». Под конец Олимпийских игр Sports.ru опубликовал статью о фотосессии, а сразу после Олимпиады вышел материал о влиянии Камилы и Анны на мировое фигурное катание.

450 000

УНИКАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ОБЩИЙ ОХВАТ ПРОЕКТА



В 2022 году вместе с «Фонбетом» мы сделали большую самостоятельную игру — Matchday 2.

В игре можно почувствовать себя архитектором футбольного праздника: строить кафешки с бургерами, проводить концерты, продавать клубный мерч — в общем, делать все, чтобы привлечь зрителей на стадион.

Основной геймплей мы построили вокруг идеи Tower Defense (защита башни), но с существенным отличием. В классических TD нужно уничтожать толпу бегущих монстров. В Matchday 2 наоборот — привлекать болельщиков на стадион.

Мы сохранили пиксельную айдентику, которая была в первой части игры, и разбавили ее векторными элементами — это позволило лучше управлять интересом игрока. А еще в игре приятный саундтрек. Попробуйте поиграть сами.



БАННЕР
НА ТУЛЬСКОЙ



МАТЧ
ЛОКОМОТИВ-ЦСКА

Еще кейсы

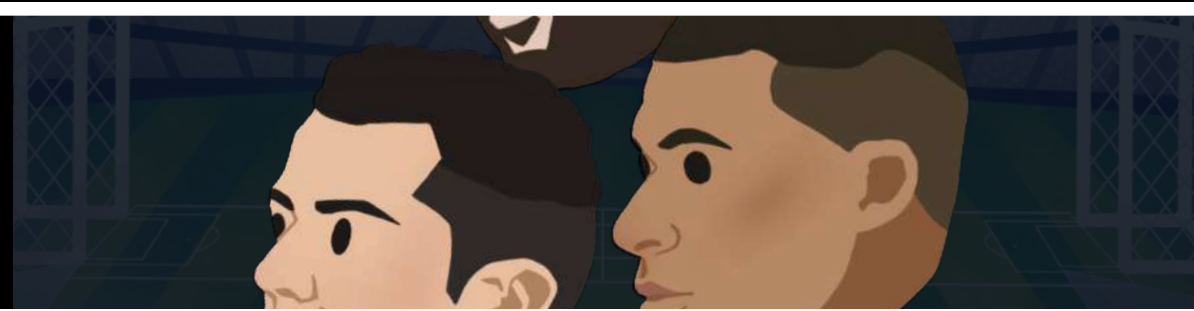
Играть на олимпийской бирже



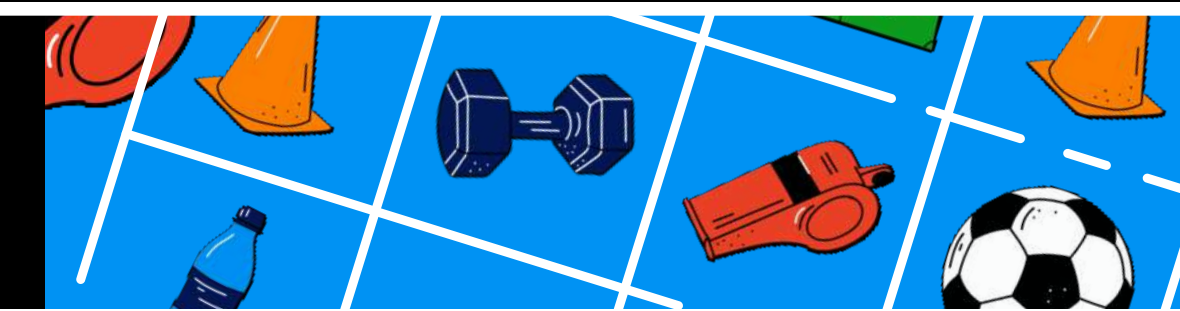
Исследовать олимпийскую деревню



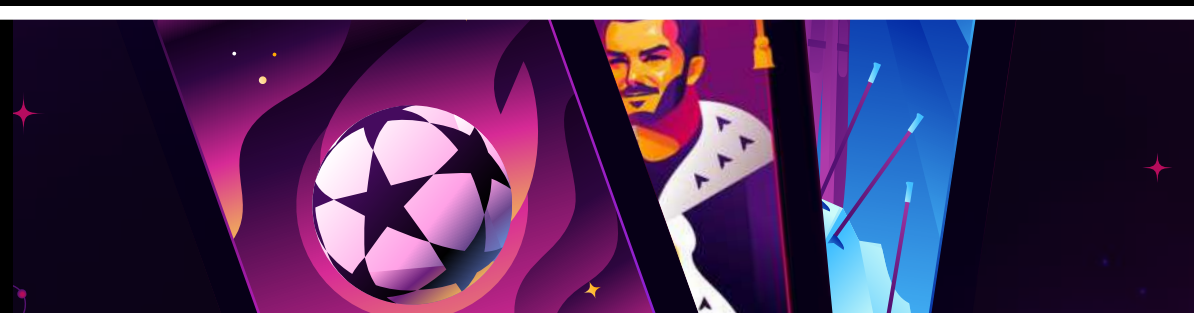
Играть в Headsoccer



Играть в Три в ряд



Узнать таро предсказания



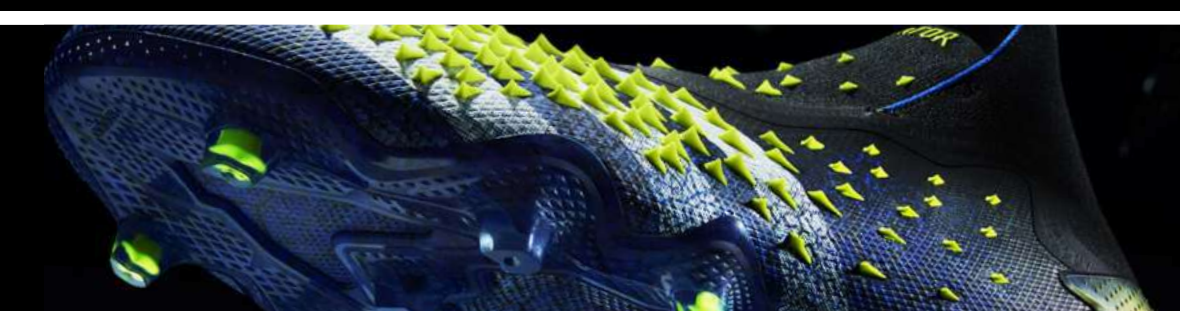
Исследовать территорию «Спартак»



Развенчать беговые мифы



Узнать суперспособности



СВЯЗАТЬСЯ С НАМИ:

SALES@SPORTS.RU

ПОЧИТАТЬ ПРО НАШУ РЕКЛАМУ:

SPORTS.RU/ADVERTISEMENT

БРИФ НА СПЕЦПРОЕКТ:

[СКАЧАТЬ БРИФ](#)

ПРАЙС НА НАШУ МЕДИЙКУ:

[СКАЧАТЬ ПРАЙС](#)

ПРАЙС НА НАШ НАТИВ:

[СКАЧАТЬ ПРАЙС](#)