

PR-ПРОДВИЖЕНИЕ LAN-ТУРНИРОВ

Компьютерные игры, которые относятся к профессиональному спорту, называют онлайн-дисциплинами. В таких дисциплинах проводятся различные соревновательные турниры, крупнейшими из которых являются LAN-турниры.

LAN-турниры проходят на крупных аренах со зрителями, проводятся не более двух раз в год по каждой дисциплине и освещаются на Twitch и Youtube.

Для проведения мероприятия заранее выбирается страна, город, где впоследствии для повышения осведомленности аудитории проводятся PR-кампании. При организации и проведении LAN-турниров обязательно учитываются культурные ценности, традиции страны и города, где проходит мероприятие. Например, турниры в Китае обычно оформляют в ярких красных цветах, обязательно присутствует главный символ, ассоциирующийся с китайской культурой, – дракон. Были проведены турниры в таких городах, как Шанхай, Пекин, Сингапур, Сиэтл, Лондон, Берлин, Рио-де-Жанейро, Нью-Йорк и др.

LAN-турниры продвигает целевая аудитория, которая во многом определяет канал передачи сообщения.

В первую очередь информирование осуществляется в самой игре – игрокам сообщают, когда и где будет проводиться LAN, какие команды уже приглашены, а каким еще предстоит побороться, чтобы попасть на турнир.

Для повышения осведомленности целевой аудитории организаторы предоставляют медийным личностям бесплатную возможность присутствовать на турнире. Согласно двухступенчатой модели коммуникаций лидеры мнений освещают мероприятие, разыгрывают билеты на его посещение, повышают охват аудитории.

Для увеличения жизненного цикла события используются следующие инструменты: рекламные акции в городе, где будет проводиться мероприятие; реализация предметов, приуроченных к турниру (наклейки, авто-

графы игроков), внутри игры; реализация продукции вне игры (одежда, фигурки, тематические девайсы, карточки игроков, и с конца 2022 года – NFT-предметы).

Такие турниры способствуют развитию межкультурной коммуникации. Люди приезжают со всего мира, чтобы проникнуться атмосферой уникального события. У многих вызывает интерес культура страны, где происходит мероприятие. Впоследствии люди начинают углубленно изучать ее, общаться с представителями определенной страны, чтобы остаться в ней или открыть бизнес, связанный с данной культурой и своей родной страной.