Покемон, покемон, заходи в мой телефон

Наш мир захватили инопланетяне. К захвату они готовились лет двадцать - присматривались к нам с телеэкранов, забирались в компьютеры, прикидываясь невинной игрушкой. И вот свершилось - вышли на улицы, или наоборот, увели нас в изменённую реальность.

И если ты - не ловец покемонов, то можешь даже не подозревать, что окружён "карманными монстрами", которые только и мечтают спровоцировать тебя начать охоту. Но как удалось этим странным тварям так легко завоевать мир? Почему число геймеров исчисляется миллионами и только совсем уж ленивые и занятые не слышали сегодня об охоте на покемонов?

Думаю ответ на этот вопрос один-единственный: не просто грамотный, а гениальный маркетинг, точно выбранное время запуска и блестящая вирусная рекламная компания.

Собственно Pokemon GO - не первая попытка заставить любителей компьютерных игр выйти из дома и побегать по улицам. Опыт Ingress от Niantic тоже весьма удачен. Но если порталы Ingress ищут сотни тысяч геймеров, то за покемонами охотятся миллионы.

Мобильное приложение Pokemon GO, дополняющее реальность, появилось в App Store и Google Play 6 июля 2016 года. Пока игра официально доступна в США, Австралии и Новой Зеландии, а играет в неё уже более 30 миллионов человек по всему миру. И официальный запуск в России и Европе, без сомнения, приведёт пополнение в ряды покемоноловов.

Уже к 12 июля, на седьмой день после запуска, стало известно, что создатели Pokemon Go зарабатывают более $1,6 млн в день. Через месяц игра была скачана более 30 миллионов раз.

Попробуем же проанализировать успех покемонов с точки зрения маркетинга.

Первая задача, которую решает маркетолог, разрабатывая продукт - это ЦА, целевая аудитория, будущие покупатели.

Итак, средний возраст основной аудитории, играющей в компьютерные игры, по данным статистики на сегодня - примерно 30 лет.

Считаем - 20 лет назад Россия познакомилась с мультяшными покемонами. Следовательно, тем, кто не мог оторваться от приключений Пикачу сейчас как раз 27-30 лет. Они помнят всех маленьких монстров по именам, и с удовольствием готовы поиграть с ними, тем более что на экранах смартфонов покемоны выглядят вполне реально:



Этот снимок наш коллега, Артём Егоров, сделал у входа в НАГ.

Надо отметить, что многие любители покемонов никогда с ними не расставались. Игры с этими монстрами Nintendo выпускал регулярно, так что нынешнюю версию можно считать просто очередным витком эволюции.

Ещё один фактор, который заставил маркетологов задуматься о создании "дополненной реальности" - доступность сматрфонов, которые есть уже у большей части целевой аудитории. Логика идеальная - есть потребители, есть техническая возможность, есть спрос. Осталось только чуть-чуть подогреть интерес.

Когда я думаю о методах, которые применили разработчики Pokemon GO, мои мысленные аплодисменты переходят в мощную овацию.

Судите сами: в игру, которая вышла на рынок 6 июля к 6 августа играли миллионы! Количество скачиваний росло лавинообразно. К 12-14 июля, должно быть, когда в игру удалось подключить данные о России, новости о покемонах появились и у нас.

Так почему о покемонах так быстро узнали все, все, абсолютно все? Да потому что очень точно была продумана рекламная кампания. Во-первых, сразу был определён формат - минимум официальных заявлений, максимум горячих новостей и сплетен. Понятно, что нет руководителей крупных известных и популярных СМИ, которые в здравом уме начнут вдруг забесплатно публиковать новости о какой-то компьютерной игрушке, пусть даже это первый в истории человечества опыт "дополненной реальности". Бизнес есть бизнес, и нет сомнений в том, что крупные медиа-холдинги, особенно такие, в которые входят и новостные агентства, и печатные СМИ и радио с ТВ на этом неплохо заработали. Думаю, что и отделы рекламы этих холдингов внесли в популяризацию покемонов немало интересных идей, потому что обычно в этих отделах работают в высшей степени профессиональные и креативные люди, которым, увы, нечасто предлагают порешать такие интересные задачки.

Чего стоит хотя бы вот эта новость о массовой охоте в Центральном парке Нью-Йорка. О ней же вскоре написали почти все мировые СМИ! Происшествия с ловцами, массовые охоты, забавные приключения - всё становится достоянием общественности, а если ничего интересного не происходит, событие всегда можно придумать, создать, организовать, и вот он - информповод, о котором будут трезвонить все ещё как минимум неделю.

(В сети я встречала рассуждения о подкупе журналистов, но это едва ли возможно. На западе попытки продвигать "джинсу" - материалы, оплаченные заказчиком мимо кассы, пресекаются

строже, чем в России, да и журналисты слишком дорожат добрым именем, чтобы связываться с клиентом напрямую. Плюс в том, непроплаченную новость не подхватят авторитетные СМИ, под дудочку которых потом запоют сотни и тысячи уже совершенно бесплатно).

Информповоды в таком деле как ловля покемонов не надо из пальца высасывать - жизнь сама начинает подавать идеи. Главное вовремя написать, выложить в новостную ленту, отправить на пару радио- и телеканалов (что в медиа-холдингах с общей рекламной службой сделать совсем несложно), и - вперёд. Новость подхватят, перескажут, слегка переврут, что в случае с покемонами совсем нестрашно, и снова полилась вода на мельницу Nintendo.

Даже Олимпийские игры организаторы рекламной кампании исхитрились использовать для продвижения покемонов. Нет, мол, в Рио этих монстров, что чрезвычайно огорчает игроков. И радует неохваченную ещё аудиторию: "а я-то у себя могу скачать. ЛЕГКО! А почему не скачал? Вот сейчас и скачаю!".

Достаточно посмотреть, с чего началось всё у нас в Екатеринбурге. Первыми написали о покемонах в городе Ура.ру. Если решите почитать этот материал, обратите внимание: начали с информповода, поискали зверьков в губернаторской резиденции, в кабинете мэра, а потом… подробно и даже, на мой взгляд, слишком подробно рассказали о сути игры, приёмах и принципах. Отличная работа - завлекли, удивили, заинтересовали, растолковали - все задачи рекламной кампании в четырёх словах. А дальше новости о покестопах в людных местах, и забавная акция - раскрашенный под покебол гранитный шар в фонтане у драмтеатра. Думаете, чистая импровизация? Ой, сомневаюсь. Новость-то попала в мировые СМИ с подачи BuzzFeed.

Результат в деньгах? Да, пожалуйста! Вот он, курс акций Нинтендо за три последних месяца.

Как всегда бывает в таких случаях после пикового взлёта - падение, но обратите внимание: курс акций компании намного выше, чем три месяца назад!



Nintendo Цена и объём - 3 месяца - TOKIO

Ещё один элемент "вирусной стратегии" - простота скачивания. Зашли, посмотрели, скачали, и вот уже - охота, азарт. Втянулись. Здесь ничего придумывать не пришлось. Магазины App Store и Google Play готовы предоставить возможность скачать игру всем желающим из тех стран, где официально она стартовала.

Сильный бренд, интрига, ажиотаж после начала игры – все это составляющие, подогревающие интерес к игре.

А следом подключился бизнес. Причём, о приманках для покемонов, установленных в Сбербанке,

кафе или общественных местах сообщается мгновенно и безотлагательно. А тут уж двойная реклама. "Как заработать на покемонах", "Поможем расширить бизнес за счёт покемонов" - таких предложений немало не только в рунете.

"Мегафон" предлагает бесплатный интернет-трафик для ловцов покемонов, и это тоже способ получить новых абонентов. Pokemon GO становится двигателем торговли и бизнеса. Ловушки в магазинах, ресторанах или кафе, сувениры и товары с брэндовыми рисунками. Говорят (вернее, пишут на лентах самых популярных информагентств), в Екатеринбурге больше всего покемонов в дорогих пафосных торговых центрах и аэропорту Кольцово. Хотя, встречаются они везде.



Автор этого текста рядом с офисом. Фото Артёма Егорова.

Сегодня всё это на пике спроса. К примеру, английское кафе Maxwell’s Bar & Grill установило у себя ловушки для покемонов, и по данным The Sun каждый фунт, вложенные в приманки и рекламу возвращается 44 фунтами.

Появились вакансии для специалистов, которые могут интегрировать покемонов в бизнес. Среди требований к соискателю : 10-й и выше уровень личного аккаунта в игре, интерес к маркетинговым перспективам игры Pokemon Go, уверенное знание актуальных трендов в Pokemon-маркетинге, знание принципов работы нейронных сетей и интеграции в них различных виртуальных созданий. Ещё одна вакансия - ловец покемонов в Екатеринбурге. Примут того, кто быстрее всех поймает Пикачу. А знаете, что самое забавное? Первыми про эту вакансию написали на УРА.ру. Остальные подхватили мгновенно и радостно.

На покемонов работает всё - новости, критика политиков, даже известия о несчастных случаях с охотниками только подогревают интерес. Как известно, неинтересно то, о чём никто не говорит.

Кстати, разработчики уверены, что, рано или поздно, виртуальная и реальная реальности встретятся, то есть, игроки начнут общаться в реале, продавать друг другу редких покемонов. Такие идеи тоже вполне понятны - дать возможность подзаработать - прекрасный способ расширить клиентуру.

Скачать игру можно бесплатно, но "игроки, которые хотели бы ощутить динамику игры Pokémon GO в полной мере, могут приобрести некоторые предметы и функции через покупки из приложения. За настоящие деньги игроки могут приобрести Покемонеты (PokéCoins) — внутриигровую валюту Pokémon GO. "Покемонеты можно обменять на бонусы, дополнительные предметы и другие улучшения", - сказано на сайте Nintendo.

Разработчики подчёркивают, что игра пока тестируется, и будет совершенствоваться, развиваться.

Возможно, будут платными и более высокие новые версии, хотя фишка "бесплатно" в том или ином виде сохранится. Так что и разработчики, выпустившие бесплатное приложение, в накладе не останутся - найдут способ подзаработать.

Есть подозрения, что игру придумали шпионы, что они через геолокацию собирают данные о секретных объектах и выпытывают коммерческую тайну, что покемоны калечат психику, что... Доказательств и опровержений этим мнениям нет. Несомненно одно, что каждая такая публикация - это новые игроки.

Сегодня нет сомнений только в одном: опыт создателей покемонов уникален и никто уже не сможет повторить успеха, используя те же маркетинговые методы, потому что гениальные ходы были использованы для совершенно нового продукта на рынке, где давно ждали именно такого предложения. Зерно упало на подходящую почву, а потому и дало отличные всходы. Так что до новых встреч в дополненной реальности, друзья!

А теперь - факты на закуску.

- Американский военнослужащий Луи Парк, который воюет в Ираке против ИГИЛ, выложил в соцсети фотографию с линии фронта, на которой военный с пулеметом в руках ловит покемона.
- "Только что поймал своего первого покемона на линии фронта возле Телескуфа. ИГИЛ, вызови меня на битву покемонов. Пушки для слабаков", - подписал он фотографию.



- В армии Израиля военнослужащим запрещено играть в Pokemon Go, в целях безопасности.
- Хиллари Клинтон, например, пригласила избирателей на встречу в парк, где участники могли получить бесплатных покемонов и сражаться друг с другом во время регистрации как будущие избиратели.
- Когда люди нашли очень редкого покемона Articuno, которого не должно было быть в игре на

данный момент, поднялся скандал. Игроки даже считали, что их обманывают и покемон поддельный. Скандал продолжался, пока Niantic не взяла на себя ответственность за появление покемона.

- Звёзды Кремниевой Долины тоже в игре. Марк Цукерберг собирает покемонов, а Тим Кук использует их для продвижения App Store. А еще Apple зарабатывает на игре.
- В России не всем нравится популярность Pokemon Go. Некоторые члены правительства уверены в том, что игра приносит вред, и гораздо лучше было бы играть в Узнай Москву.
- Иранский государственный Высший Совет по виртуальным пространствам, регулирующий Интернет, провёл заседание, по итогам которого виртуальная ловля покемонов стала незаконной. Согласно мотивирующей части решения чиновников, Pokemon Go представляет угрозу для общественной безопасности, а также негативно влияет на развитие детей. Утверждённые Советом решения становятся особыми подзаконными актами, но ответственность за нарушение этих постановлений устанавливается другим государственным комитетом, поэтому пока неизвестно, что может грозить человеку, находящемуся в Иране, за использование данного приложения Niantic. Пока же все интернет-провайдеры Ирана обязаны внести IP-адреса серверов, с которыми "общается" Pokemon Go, в чёрный список, а компаниям Apple и Google отправлены уведомления об исключении игры из поисковой выдачи их каталогов приложений в иранском регионе.
- Иран стал не первой страной, в которой государственные органы обратили внимание на Pokemon Go. Глава индонезийской полиции запретил сотрудникам играть в покемонов во время рабочих смен под угрозой немедленного увольнения. Кроме того, в той же стране был арестован подросток, пробравшийся на военную базу в поисках редкого покемона.
- Один из духовных лидеров Саудовской Аравии опубликовал фетву (религиозное наставление в исламе), в которой обосновал, что ловля виртуальных покемонов идёт вразрез с Кораном, поэтому использование Pokemon Go недопустимо.
- Российский министр связи Николай Никифоров также осудил использование Pokemon Go, отметив, что игра могла быть создана при поддержке ЦРУ США для шпионажа, поэтому игра может нести угрозу национальной безопасности. Впрочем, министр подчеркнул, что это его частное мнение, и никаких запретов его мнение не накладывает.