

Платежи и переводы пользователей платформ для онлайн-игр и стриминга



Об исследовании

Data Insight и Яндекс.Касса проанализировали платежную активность аудиторий ведущих платформ для игр и стриминга: Steam, Battle.net, Twitch, YouTube, DonationAlerts, — и оценили объем транзакций между геймерами при покупке и продаже игровых объектов и персонажей, а также при переводах денег игрокам-стримерам.

В исследование вошли данные только о прямых продажах и переводах между игроками, отчет не отражает информацию о покупке игр у разработчиков и игровых платформ

Методология

Онлайн-опрос методом поточной выборки — 50%, панельное исследование — 50%. Оценки количества сделок и объема транзакций получены по данным ответов на серию вопросов о последней покупке.

География

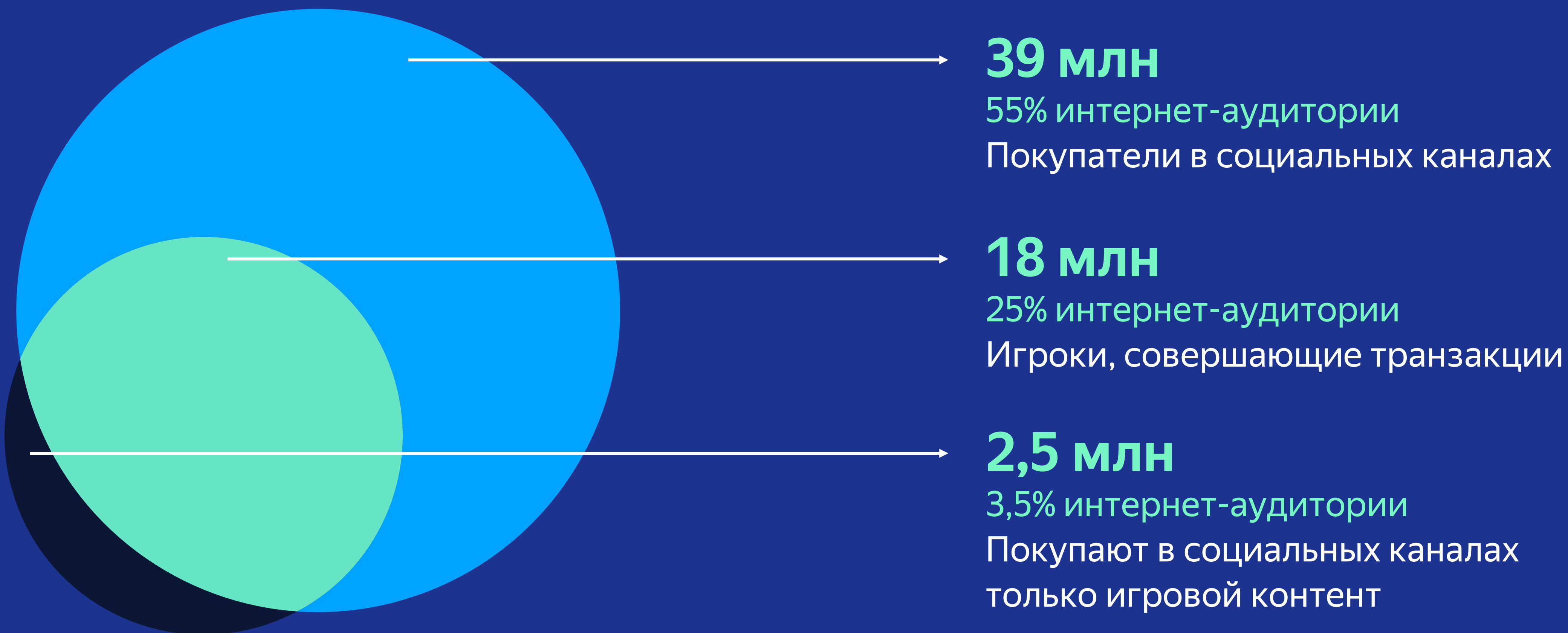
Россия.

Респонденты

Интернет-пользователи в возрасте от 14 до 54 лет. Выборка сформирована с учетом квотирования по полу, возрасту и региону.

18 млн человек

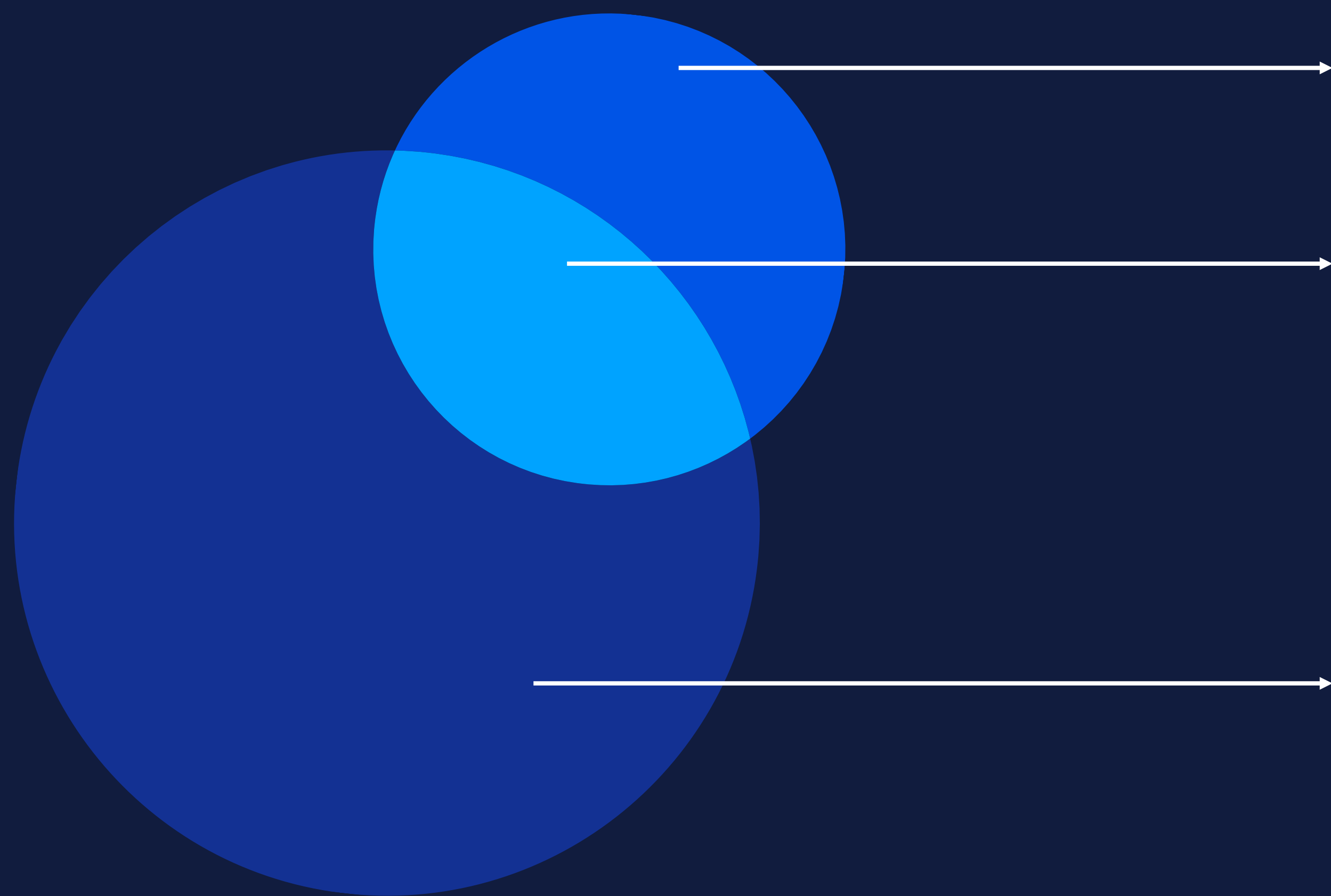
покупают игровые объекты в социальных каналах или переводят деньги стримерам



3 млн человек

Занимаются стримингом
и продажей игровых объектов

38% тех, кто зарабатывает на продаже игровых объектов и стриминге, продают также другие товары или услуги через социальные онлайн-платформы. Почти две трети (62%) зарабатывают только на играх и игровом контенте.



62%

Не продают другие товары или услуги

3 млн

4,5% интернет-аудитории

Продают игровые объекты или персонажей, либо принимают пожертвования за просмотр онлайн-трансляций игр (стримеры)

22 млн

31% интернет-аудитории

Продают товары или услуги в социальных каналах

Сколько денег тратят геймеры на покупки игрового контента друг у друга и переводы донатов стримерам

350 ₹

Средний платеж за игровых персонажей и объекты для игр

11,6 млрд ₹

Годовой объем прямых платежей между игроками при торговле игровыми объектами и стриминге

Среднее число платежей на человека

Медианное количество транзакций
на плательщика за 30 дней

Социальные покупки*

3

Транзакции игроков на специализированных платформах

3

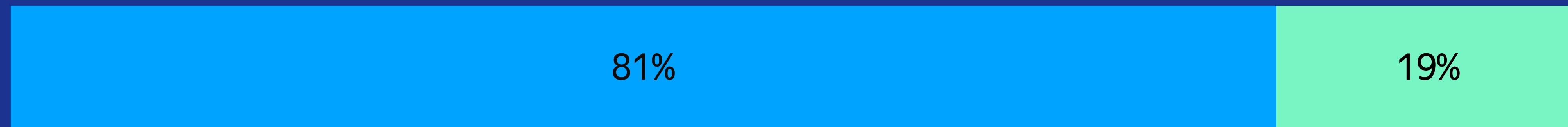
Покупки игровых объектов

3

*Под социальными понимаются покупки в социальных каналах.

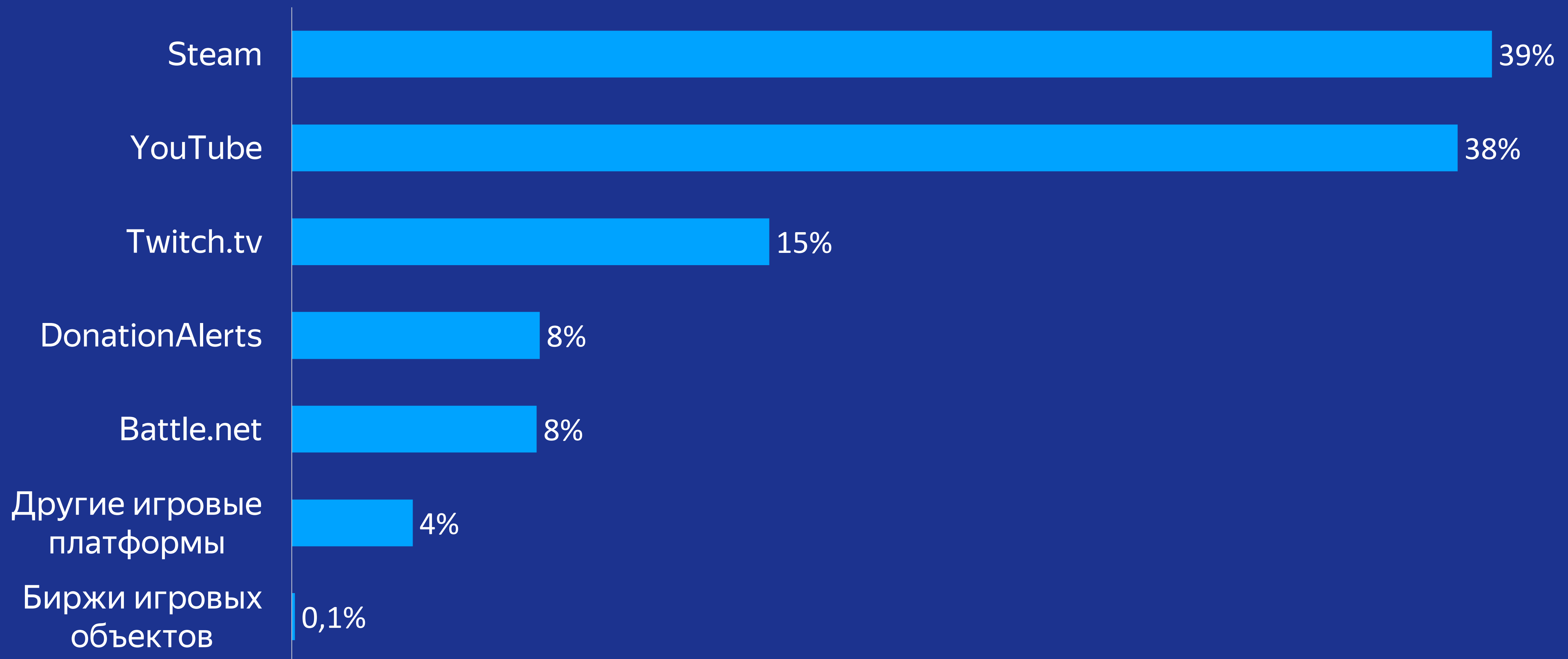
81% геймеров будут продолжать покупать игровой контенту других пользователей и отправлять переводы стримерам

Учитывалось мнение игроков, которые делали покупки и переводы в последние 12 месяцев



■ Буду продолжать ■ Не буду продолжать

Распределение плательщиков по игровым и стриминговым платформам



О Яндекс.Кассе

Яндекс.Касса — универсальное платёжное решение для бизнеса. С помощью Кассы компании могут принимать оплату на сайте и в мобильном приложении всеми популярными способами: через Яндекс.Деньги и другие электронные кошельки, с банковских карт, через мобильные и интернет-банкинги Сбербанка, Альфа-Банка, Промсвязьбанка и Тинькофф банка, со счетов мобильных номеров, в кредит и рассрочку, через QR-коды, бесконтактны технологии Apple Pay и Google Pay, а также наличными через 250 тыс. точек приёма платежей в России и других странах СНГ.

Сервис помогает также принимать оплату через бота в Telegram, выставлять счета клиентам по смс, электронной почте, в чате, маркетинговых email-рассылках и Viber. Касса позволяет компаниям работать в полном соответствии с требованиями закона 54-ФЗ.

По данным исследования MARC, Яндекс.Касса — самое популярное в стране платёжное решение. Сегодня к нему подключено больше 106 тыс. сайтов. Каждую секунду через сервис проходит до 600 транзакций.

О Data Insight

Компания Data Insight — первое в России специализированное агентство в области исследований интернета, основанное в 2010 году Борисом Овчинниковым и Федором Вириным. Компания предоставляет аналитику и консалтинговые услуги на рынках электронной торговли и интернет-рекламы. Исследования Data Insight основаны на активном мониторинге рынка, критическом анализе всего спектра доступных данных и совмещении различных исследовательских методик.

Получить дополнительную информацию можно по адресу www.datainsight.ru.