

# **Final Marketing Plan for Parimatch Ukraine**

Mykyta Cherepanov

# ІНФОРМАЦІЯ ПРО КОМПАНІЮ

**GR8 Tech** — це міжнародна продуктова компанія, яка розробляє та надає технічні та маркетингові рішення для індустрії iGaming:

1. Платформа для букмекерів та/або казино з платіжним хабом, гнучким API, інструментами CRM, player management, risk management, антифрод-системою, гейміфікацією та іншими спеціальними інструментами та послугами;
  2. BaaS (Business-as-a-Service), який передбачає готовий бізнес із продуманою структурою, налагодженими процесами, маркетингом, системою звітності та ранніми фінансовими результатами;
  3. Parimatch франшиза, яка надає відомий у всьому світі бренд Parimatch і платформу iGaming для регульованих ринків під повним партнерським управлінням.
- Компанія веде операційну діяльність по всьому світу, штаб-квартира розташована на Кіпрі. Станом на лютий 2023 року колектив налічував 1500 співробітників. GR8 Tech має власні центри досліджень та розробок у чотирьох країнах, найбільший із яких — в Україні.
  - В Україні платформу та бренд Parimatch представляє ліцензійний iGaming оператор **Parimatch Ukraine**. У 2021 році компанія першою серед українських операторів отримала ліцензію на здійснення букмекерської діяльності.
  - GR8 Tech не має фіксованих розцінок на продукт, натомість бере частку з виторгу клієнта за користування софтом — від 3 до 20%. Понад половина прибутку до березня 2023 року припадала на український ринок: компанія Parimatch Україна генерувала 60–70% виторгу GR8 Tech.
  - Кількість активних гравців сягає 1 млн, які щомісячно роблять 5 млрд. ставок з маржею від 3-7% (прематч) до 5-9% (лайв).
  - У 2021 році Forbes оцінив GR8 Tech близько \$550 млн з виручкою \$400 млн.

- Parimatch Ukraine має повноцінну команду маркетингу повністю замкненого циклу з унікальною експертизою на ринку, що допомогло компанії 2022 році стати найкращим бетинг та iGaming оператором Східної Європи за версією SBC Awards 2022.
- Компанія утримує стабільно високі показники здоров'я бренду: Top of Mind — 65%, Spont Awareness — 90%, Bet past 1 month — 75%, Main Brand — 65%.
- Parimatch Ukraine володіє екосистемою lifestyle-бізнесів серед яких: багатопрофільний спорткомплекс PM Fight Academy, ресторан авторської кухні PM.Hall, амфітеатр для трансляції спортивних подій Sport Hub, івент-простір PMHUB та офіційний магазин одягу PM Store by Parimatch.
- У 2019 році був створений міжнародний благодійний фонд Parimatch Foundation з метою підтримки стійких довгострокових ініціатив та проєктів у регіонах присутності бізнесу, що є частиною реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності компанії.
- У 2021 році був запущений власний системний освітній проєкт — GR8 Tech Academy, мета якого — дати новачкам з різних сфер можливість почати кар'єру в IT, а також створити для компанії додатковий канал для пошуку та підготовки талантів.
- Parimatch Ukraine в Україні є спонсором футбольних клубів Української Прем'єр Ліги (Шахтар, Дніпро, Чорноморець, Львів) та професійних спортсменів (Олександр Усик, Денис Берінчик, Ярослав Амосов). Також на глобальному рівні бренд представлений як спонсор футбольних клубів Англійської Прем'єр Ліги: Челсі, Евертон, Лестер, Астон Вілла.
- У 2021 році Parimatch Ukraine у межах міжнародної стратегії підтримки принципів відповідальної гри запустила масштабну комунікаційну платформу Responsible Gambling зі слоганом «Вболівай серцем – грай головою!».

# МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ

## ФАКТОРИ МАКРОСЕРЕДОВИЩА

Законодавчі обмеження щодо реклами азартних ігор:

- необхідно вказувати на рекламному макеті інформацію щодо отримання суб'єктом господарювання відповідної ліцензії від Комісії з регулювання азартних ігор та лотерей;
- заборонено використовувати у рекламі осіб, які не досягли 21-річного віку;
- заборонено розміщувати рекламну інформацію на радіо та телебаченні у період з 6 до 23 годин, в усіх друкованих засобах масової інформації (крім спеціалізованих видань), на зовнішніх та внутрішніх поверхнях транспортних засобів та метрополітену, засобами зовнішньої реклами та інші обмеження.

Неоднозначне ставлення українців до грального бізнесу:

- абсолютна більшість українців (92.8%) не мали особистого досвіду азартних ігор;
- лише 8.2% хотіли б зіграти хоча б в один вид азартних ігор у майбутньому;
- менше половини (43.2%) українців підтримують легалізацію азартних ігор в Україні.

Операційна діяльність на ринку рф до березня 2022 року:

- На момент початку повномасштабного вторгнення росії в Україну, компанія здійснювала операційну діяльність на території рф та рб, що призвело до репутаційної кризи. На початку березня 2022 року компанія відкликала франшизу на використання бренду в росії, продала бізнес локальній команді в білорусі та зробила публічну заяву про чітку проукраїнську позицію та засудження військової агресії рф в бік України.

## ФАКТОРИ МІКРОСЕРЕДОВИЩА

### КОНКУРЕНТИ

- Серед провайдерів букмекерської діяльності в Україні ліцензійними компаніями є Vbet, Parimatch та Favbet.
- Станом на початок 2023 року частка Parimatch на ринку України становила близько 40-45%. У свою чергу Favbet та Vbet мають приблизно по 30% та 25% відповідно.

## ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ

- Через воєнні дії в Україні ринок онлайн-гемблінгу сильно скоротився. Проте, вже з квітня 2022 року кількість користувачів почала постійно збільшуватися та вийшла на показники, що були до початку повномасштабного вторгнення. Цьому також сприяла зацікавленість у спортивному контенті, яка зросла на 50% у травні 2022 року.
- Обсяг операцій грального бізнесу в Україні в 2022 році оцінюється в 180 млрд. грн, а держава отримала від плати за ліцензії та від сплати податків 1,9 млрд. грн. (у 2021 році цей показник склав 2,3 млрд грн).
- Очікується, що період з 2023 по 2030 рік середньорічні темпи зростання світового ринку будуть становити 9.2%, а обсяг ринку до 2030 року досягне \$297 млрд.
- Найприбутковішим сегментом залишається футбол — саме на футбольні події припадає найбільша частка ринку (23%). Очікується, що в майбутньому цей напрямок продовжить зростати.
- Зростає популярність категорії eSport, що спричинена пандемією COVID-19, а також глобалізацією, стрімким розвитком технологій, збільшенням швидкості інтернету та його доступності. Як результат, експерти прогнозують для сегменту кіберспорту найшвидші середньорічні темпи зростання на рівні 21.5% до 2032 року.

### СПОЖИВАЧІ

- Згідно з дослідженням Ukrainian Gambling Council лише 8.2% українців виявляють інтерес до гемблінгу як елементу спортивних змагань. Серед тих, хто потенційно готовий взяти участь в азартних іграх у майбутньому найбільше чоловіків (12.3%) та людей у віковій групі 18-34 роки (13.3%).
- Попри статистику та прогнози букмекерів для українських гравців патріотизм і повага до команди переважає над логікою цифр, тому на перемогі вітчизняних команд вони ставлять значно частіше: 80% уболівальників поставили на перемогу Олександра Усика у поєдинку проти Ентоні Джошуа.
- Серед українців найбільш популярними видами спорту з великим відривом є футбол (77%) та бокс (55%). Основні футбольні події — це матчі за участю національної збірної України (74%) та матчі Чемпіонату України з футболу (52%). При цьому найбільш поширений спосіб відстеження спортивних подій — це безкоштовний перегляд прямих трансляцій матчів на загальнонаціональних телеканалах (71%) та безкоштовні YouTube-трансляції (16%).
- Окрім live-трансляцій набирають популярність такі формати контенту, як хайлайти (фрагменти матчів) та VOD (Video on Demand), а також контент самих спортивних команд, адже атлети та команди є самостійними брендами, контент яких користується попитом серед глядачів.

# МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ

## ВНУТРІШНІЙ АНАЛІЗ

### VRIO

Ресурс	Цінний	Рідкісний	Непідробний	Вбудований в культуру	Порівняно з конкурентами
Платформа, що поєднує важливі для клієнта користувацькі характеристики: швидкість операцій, зручний інтерфейс, широкий розпис подій, персоналізація, тощо.	YES	NO	NO	NO	Конкурентна рівність
Імідж бренду як головного інвестора українського спорту, побудований за рахунок співпраці українськими командами та спортсменами на професійному та аматорському рівнях	YES	NO	NO	YES	Тимчасова конкурентна перевага
Імідж бренду як глобальної та визнаної у світі компанії, побудований за рахунок співпраці зі всесвітньо відомими спортсменами та командами	YES	NO	NO	YES	Тимчасова конкурентна перевага
Екосистема lifestyle бізнесів: PM Fight Academy, PM.Hall, PMHUB, PM Store	YES	YES	NO	YES	Тимчасова конкурентна перевага
Наявність ліцензії на здійснення букмекерської діяльності в Україні	YES	NO	NO	NO	Конкурентна рівність
Унікальна експертиза у гемблінг-індустрії, що заснована на 30 роках операційного досвіду	YES	YES	NO	NO	Тимчасова конкурентна перевага
Українське коріння компанії	YES	NO	NO	YES	Тимчасова конкурентна перевага
Власний благодійний фонд	YES	NO	NO	NO	Конкурентна рівність
Власний R&D-центр, що дозволяє швидко втілювати технологічні інновації	YES	NO	NO	YES	Тимчасова конкурентна перевага
Власний освітній хаб, що дозволяє "вирощувати" кваліфіковані кадри	YES	YES	NO	YES	Тимчасова конкурентна перевага
Власна команда маркетингу повного циклу	YES	NO	NO	NO	Конкурентна рівність

# МАРКЕТИНГОВИЙ АУДИТ

## TOWS

	Можливості	Загрози
<b>Сильні сторони</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Утримання на поточному рівні показників «здоров'я» бренду</li><li>→ Збереження домінації у спонсорстві трансляцій спортивних подій</li><li>→ Запуск екосистеми спортивних медіа</li><li>→ Відкриття нових офлайн бізнесів</li><li>→ Розвиток категорії eSport</li><li>→ Вихід на нові ринки</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Збільшення маркетингового бюджету як відповідь на вихід на ринок нових гравців та/або посилення конкуренції</li><li>→ Посилення напрямку Retention для утримання поточної клієнтської бази</li><li>→ Підтримання стабільної роботи платформи</li><li>→ Розвиток бонусної програми для клієнтів</li></ul>
<b>Слабкі сторони</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Нарощування втрачених показників: Main Brand</li><li>→ Розширення портфоліо партнерів: українськими спортивними командами та світовими зірками спорту</li><li>→ Розвиток комунікаційних кампаній щодо українського походження бренду та допомоги ЗСУ</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>→ Зниження головних показників «здоров'я» бренду</li><li>→ Погіршення іміджу компанії</li><li>→ Репутаційні кризи</li><li>→ Заборона / обмеження діяльності гемблінг-індустрії</li><li>→ Збільшення податкового навантаження на галузь</li><li>→ Збільшення частоти випадків перебоїв у роботі платформи</li><li>→ Невдоволення клієнтів</li><li>→ Відтік клієнтської бази до конкурентів</li><li>→ Відтік ключових спортивних партнерів</li><li>→ Зменшення прибутків</li></ul>

# ЦІЛІ ТА СТРАТЕГІЇ

## МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЧНА ЦІЛЬ

- На кінець 2023 року зберегти лідерську позицію на українському ринку онлайн-бетингу, із часткою ринку 45% (у активних клієнтах).

## МАРКЕТИНГОВІ ТАКТИЧНІ ЦІЛІ

- Протягом 2023 року втримати домінуючу частку спонсорства ТВ-трансляцій спортивних подій на рівні 80%.
- Пролонгація на сезон 2023-2024 рр. спонсорських контрактів з усіма поточними футбольними клубами на фінансових умовах не більше 20% інфляції.
- На кінець 2023 року зберегти рівень Top of Mind 65%.
- На кінець 2023 року зберегти рівень Spont Awareness на рівні 90%.
- На кінець 2023 року підвищити рівень Main Brand на 10% до показника 75%.
- На кінець 2023 року підвищити рівень Share of voice на 5% до 45%.

## СТРАТЕГІЇ ЗРОСТАННЯ

1. Утримання поточної клієнтської бази за рахунок покращення функціоналу платформи та вдосконалення рівня сервісу служби підтримки.
2. Збільшення частоти здійснення ставок та розміру середньої ставки за рахунок впровадження системи бонусної політики та гейміфікації продукту.
3. Розширення клієнтської бази за рахунок інструментів digital-просування (acquisition).
4. Створення нового сервісу в рамках поточного продукту: OTT-платформа для перегляду спортивних подій.
5. Створення власної екосистеми спортивних медіа: новинний сайт, тематичні пабліки в соцмережах, розважальний ютуб-канал, онлайн-бродкастер спортивних подій.
6. Вихід на ринок Польщі: сприятливі законодавчі норми щодо грального бізнесу, добре розвинений спортивний сектор, деякі українські команди наразі тимчасово базуються у Польщі — фундамент для потенційних партнерств.
7. Розвиток екосистеми лайфстайл бізнесів: ресторани, барбершопи, спорт-бари, спортивні клуби.

# ЦІЛІ ТА СТРАТЕГІЇ

## Сегментація ринку та обрана цільова аудиторія

**Цільова аудиторія:** українські чоловіки віком 18-35 років, що зацікавлені в спортивних та/або кіберспортивних подіях, використовують ставки як спосіб збільшення емоційної взаємодії з цими подіями, мають доступ до Інтернету та вміють користуватися сучасними гаджетами.

**Сегментація ринку:** найбільш релевантними є сегменти Внутрішній бунтар та Азартний: вони характеризуються стабільним доходом (вище середнього і високий), високою частотою здійснення ставок та внутрішнім бажанням відчувати себе переможцем, що надають їм азартні ігри. Також потенційно привабливим сегментом є Фанат: його характеризує стабільний дохід, а отже і рівень середньої ставки, любов до спорту та перегляду спортивних подій, які ситуативно спонукають його на здійснення свого прогнозу.

ПРИВАБЛИВІСТЬ СЕГМЕНТУ

ПОТОЧНА І ПОТЕНЦІЙНА СИЛА КОМПАНІЇ В ЗАДОВОЛЕННІ ПОТРЕБ СЕГМЕНТУ		ПРИВАБЛИВІСТЬ СЕГМЕНТУ →		
		НИЗЬКА	СЕРЕДНЯ	ВИСОКА
	СЛАБКА			
	СЕРЕДНЯ	Проти системи	Військовий	Фанат
СИЛЬНА	Експерт на пенсії		Внутрішній бунтар Азартний	

## Позиціонування

**Формула позиціонування:** для чоловічої аудиторії України, що цікавиться спортивними та/або кіберспортивними подіями, Parimatch — це найвпізнаваніший та всесвітньовизнаний бренд з українським корінням у категорії онлайн-бетингу, тому що має найвищий показник Top of Mind серед конкурентів та є партнером світових зірок спорту.

**Точки диференціації:** найвпізнаваніший в Україні та визнаний у світі бренд онлайн-бетингу, що має українське походження.

### Підстави для довіри:

- Компанія Parimatch заснована у Києві у 1994 році.
- Веде операційну діяльність по всьому світу (Україна, Велика Британія, Казахстан, Нігерія, Танзанія, Бразилія та інші).
- В Україні має ліцензію на здійснення букмекерської діяльності.
- Серед онлайн-бетинг компаній в Україні має найвищий показник Top of Mind на рівні 65%.
- Найкращий бетинг та iGaming оператор у Східній Європі (SBC Awards 2022).
- Партнер світових зірок спорту та відомих футбольних клубів (Конор Макгрегор, Майк Тайсон, Олександр Усик, ФК Челсі, ФК Ювентус та інші).

**Конкуренти:** гемблінг-компанії, що оперують на українському ринку в сегменті онлайн-бетингу (Favbet та Vbet).

# ЦІЛІ ТА СТРАТЕГІЇ

**VBVP**

## ФУНКЦІОНАЛЬНІ

- Технологічна iGaming платформа, що поєднує важливі для клієнта користувацькі характеристики: швидкість операцій, зручний інтерфейс, широкий розпис подій, персоналізація.
- Можливість перманентного вдосконалення поточних та впровадження нових сервісів та технологій.

## ПЕРЕВАГИ

- Я відчуваю себе вільним та самостійним, бо сам приймаю рішення та роблю те, що хочу.
- Я відчуваю себе переможцем, бо мої прогнози справджуються.
- Я відчуваю яскраві та насичені емоції при перегляді спортивних подій.
- Я відчуваю спорідненість з ком'юніті спортивних вболівальників.

## ЕМОЦІЙНІ

## ПІДСТАВИ ДЛЯ ДОВІРИ

- Здобуття нагороди SBC Awards 2022 як найкращого бетинг та iGaming оператора у Східній Європі.
- Наявність власного R&D-центру.

## СУТЬ БРЕНДУ

«Заряджає»  
на перемогу

## ХАРАКТЕР БРЕНДУ

Зухвалий / Сміливий / Яскравий / Той, що виділяється з-поміж інших / Вільний у своїх діях / Лідер / Той, що диктує тренди / Той, що не зважає на інших / Маскулінний / Той, що надихає / Надійний / Шанований / Той, що знає, що робить / Експерт у своїй справі

Надійність / Інноваційність / Функціональність

ЦІННОСТІ  
СПОЖИВАЧА

Лідерство / Мотивація до перемоги / Впевненість / Авторитетність

Інноватори

СЕГМЕНТ

Послідовники / Ті, що стараються

# ВПРОВАДЖЕННЯ: Маркетинговий мікс

P-елемент	Ціль	Факт	Заходи
<b>Product</b>	Утримати поточну клієнтську базу	Зручний інтерфейс, швидкість операцій, широкий розпис подій, персоналізація	Використання retention-інструментів (email marketing, push notification) та вдосконалення рівня сервісу служби підтримки
<b>Place</b>	Стати найпопулярнішим в Україні додатком у сегменті бетингу, який легко завантажити із будь-яких пристроїв	Наявні web та mobile версії, а також додатки iOS та Android	Використання acquisition-інструментів: медійна реклама, контекстна реклама, мобільна реклама, відеореклама, соціальні мережі та influencer marketing
<b>Price</b>	Збільшити розмір середньої ставки та частоту здійснення ставок	Помірні коефіцієнти та середня маржа на ринку, для клієнтів дії податок на вивід коштів у розмірі 19,5% (18% ПДФО і 1,5% військовий збір)	Розвиток гейміфікації на платформі, розширення бонусів та промоакцій, збільшення кількості методів оплати та способів виводу коштів
<b>Promotion</b>	Втримати лідерські позиції за показниками здоров'я бренду	Медійне спонсорство спортивних подій, спонсорство спортивних змагань, influencer marketing, комплексний інструментарій digital-реклами	Збереження на поточному рівні медійного бюджету із застосуванням традиційних інструментів у форматі медійного спонсорства (ТВ радіо, ООН), спонсорства телетрансляцій та спортивних змагань, digital-просування із залученням актуальних форматів, PR-інструментарій
<b>People</b>	Трансформувати співробітників на амбасадорів бренду та залучити найкращих спеціалістів в штат	Створена власна команда маркетингу замкненого циклу з унікальною експертизою, заснований власний освітній хаб	Формування бренду роботодавця, розвиток внутрішньо-корпоративної культури та професійний розвиток співробітників
<b>Process</b>	Надавати найкращий сервіс в категорії та впроваджувати інновації	Компанія має власні R&D-центри	Розвиток функціоналу платформи та вдосконалення рівня сервісу
<b>Physical evidence</b>	Зробити так, щоб клієнт пишався, що бренд, яким він користується брендом, є соціально-відповідальним бізнесом	Компанія має ліцензію на здійснення операційної діяльності, співпрацює з державними інституціями та світовими зірками спорту	Розвиток культури Responsible Gambling та напрямку Corporate Social Responsibility

# ВПРОВАДЖЕННЯ: План, бюджет і ключові показники оцінки ефективності плану

ТИЖНІ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Бюджет	Показники оцінки ефективності
<b>Product</b>													<b>\$500 000</b>	
Підтримка стабільної операційної роботи платформи	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	\$300 000	Втримання частки ринку на рівні 45%, збільшення розміру середньої ставки до \$10 та середньої частоти здійснення ставок, підтримання базових usability-метрик
Запуск промо-активностей під ключові спортивні події			X	X	X				X	X	X		\$200 000	
<b>Process</b>													<b>\$250 000</b>	
Вдосконалення рівня сервісу служби підтримки	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	\$250 000	Рівень задоволеності, Customer Lifetime Value, Net Promoter Score
<b>People</b>													<b>\$150 000</b>	
Запуск чергових потоків освітньої платформи GR8 Tech Academy			X	X						X	X		\$50 000	Весняний та осінній потоки на 30 студентів
Формування бренду роботодавця (PR, SMM, участь в профільних заходах)		X		X		X		X		X		X	\$25 000	Входження до топ-20 роботодавців IT-сфери
Розвиток внутрішньо-корпоративної культури та професійний розвиток співробітників	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	\$75 000	Рівень мотивації та залученості співробітників
<b>Promotion</b>													<b>\$4 700 000</b>	
Медійне спонсорства (ТВ радіо, ООН)	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	\$2 000 000	Rating, Reach, Cover, Gross Rating Point, Target Rating Points, Opportunity To See, Share, Average Frequency, Share of Voice, Cost Per Thousand, Cost Per Point
Спонсорство телетрансляцій		X	X	X	X	X		X	X	X	X		\$600 000	
Спонсорство спортивних змагань, команд та спортсменів	X	X	X	X	X				X	X	X	X	\$1 200 000	Кількість партнерів, Reach, Impressions, Cost Per Mille, Opportunity To See, Share of Voice
PR-інструментарій: спецпроскти, прес-тури, медіа-заходи	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	\$150 000	Share of Voice, кількість публікацій, тональність публікацій, Media Outreach, індекс цитування, кількість згадувань бренду, PR Value, Cost Per Mille
Retention-інструментарій: email marketing, push notification	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	\$250 000	Customer Retention Rate, Customer Lifetime Value, Repeat Purchase Rate, Churn Rate, Customer Satisfaction Score, Net Promoter Score
Acquisition-інструментарій: медійна реклама, контекстна реклама, мобільна реклама, відеореклама, соціальні мережі, influencer marketing	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	\$500 000	Cost Per Action, Impressions, Customer Acquisition Cost, Lifetime Value, Average Revenue Per User
<b>Total</b>													<b>\$5 600 000</b>	