

DELTA – Střední škola informatiky a ekonomie, s.r.o

Školní rok 2020/2021

4.B

DELTA

Střední škola informatiky a ekonomie

P A R D U B I C E

MATURITNÍ PROJEKT

Portfolio firmy ROX Esports pro marketingové komunikace

Příjmení, jméno: Pelc Aleš

Studijní obor: Informační technologie 18-20-M/01

Zadání maturitního projektu z informatických předmětů

Jméno a příjmení:	<i>Aleš Pelc</i>
Školní rok:	<i>2020/2021</i>
Třída:	<i>4. B</i>
Obor:	<i>Informační technologie 18-20-M/01</i>
Téma práce:	<i>Portfolio firmy ROX Esports pro marketing. komunikace</i>
Vedoucí práce:	<i>akad. malíř Daniel Václavík</i>

Způsob zpracování, cíle práce, pokyny k obsahu a rozsahu práce:

Hlavním tématem projektu je tvorba grafických a marketingových materiálů pro virtuální firmu ROX Esport Club.

Cílem této práce je připravit firmu na případný příchod na trh.

Základem pro fungování této firmy je získání sponzorů a týmů pro vybrané esportové tituly a jejich fungování v budoucnu s pomocí vytvořených propagačních materiálů a bannerů.

Stručný časový harmonogram (s daty a konkretizovanými úkoly):

- 1.10. úprava loga a grafického manuálu, návrh digitálních vizuálních materiálů
- 1.11. úpravy digitálních předloh, návrhy fyzických propagačních materiálů
- 1.1. realizace návrhu webu
- 1.2. příprava webu a sociálních sítí
- 1.3. dokončení veškeré práce, opravy chyb
- 30.3. dokončena a odevzdána dokumentace práce

Prohlašuji, že jsem maturitní projekt vypracoval(a) samostatně, výhradně s použitím uvedené literatury.

V Pardubicích

Děkuji akad. malíři Danielu Václavíkovi za strávený čas na konzultacích mého projektu, jeho odborné poznatky a pohledy.

Anotace

Hlavním tématem projektu je tvorba grafických a marketingových materiálů pro virtuální firmu ROX Esport Club se zaměřením na rostoucí esportový trh.

Cílem této práce je připravit firmu na případný příchod na trh a její začlenění.

Posláním této firmy při vstupu na trh je vytvoření vhodného prostředí pro hráče reprezentující jméno firmy a jejich úspěchy v esportové scéně.

Klíčová slova

Marketing, grafika, webové stránky, bannery, esport, merchandise, reklama, sociální sítě, esport club

Annotation

The main topic of this project is creation of graphic and marketing materials for imaginary company ROX Esport Club, that is targeted on esports and it's rising on the scene.

The goal of this task is to prepare company for it's possible arrive to the scene.

Company's function is to create the best possible background for it's employees (=players), so they can hunt for esport achievements while bearing it's name.

Keywords

Marketing, graphic design, website, banners, merchandise, adds, esports, social media, esport club

Obsah

1) Představení firmy ROX Esport Club	8
2) Použité nástroje	8
a) Adobe Illustrator	8
b) Adobe Photoshop	8
c) Adobe Premiere Pro	8
d) Adobe AfterEffects	9
e) WordPress.....	9
f) Elementor.....	9
g) PageSpeed Insights.....	9
3) Co je to Esport.....	10
a) Obecný popis.....	10
b) Kde chce ROX EC působit?	11
c) Historie a vývoj esportu.....	12
d) Co se změnilo?	16
4) Marketing.....	18
a) Marketingová strategie.....	18
b) Cílová skupina	18
c) Reklama	18
5) Vizuální identita.....	19
a) Logo	19
b) Internetové postery.....	19
6) Prezentace na internetu.....	19
a) Sociální síť.....	20
b) Webové stránky	20
7) Produkty k prodeji.....	21
a) Týmový dres.....	21
b) Mikina	21
c) Polep auta.....	21
8) Závěr.....	22
9) Zdroje.....	
a) Seznam literatury	
b) Seznam obrázků.....	

Úvod

Do projektu jsem si vybral ROX Esport Club jako svou (v tuto chvíli) imaginární firmu, to hlavně z důvodu, že se o esport zajímám, pohybuji v něm a jednou by se zkušenost s tvorbou organizace mohla hodit.

Snahou tohoto projektu je vytvoření firmy cílené na československý a evropský esportový trh, kde by mohla efektivně fungovat. Případný příchod na trh by neproběhl rovnou, v tuto náročnou dobu jeví ostatní firmy jen malý zájem investovat a sponzorovat malé esportové organizace, což je pro fungování organizací klíčové.

Tato práce je rozdělena na dvě části – teoretickou (představení organizace a esportu jako celku, jeho počátky a vývoj) a praktickou (trocha marketingu a samotné grafické návrhy s webem).

1) Představení

ROX Esport Club je připravovaná esportová organizace cílená na evropskou scénu herních titulů VALORANT a CS:GO. Funkcí organizace je připravit kvalitní zázemí pro své hráče, tím jim pomoci k lepším výsledkům a vzájemně si tak otevřít cestu k větší podpoře od sponzorů. Na to navazuje reklama (např. na dresech) a prodej merchandise.

2) Použité nástroje

a. Adobe Illustrator

Počítačový software společnosti Adobe Systems pro tvorbu statické vektorové grafiky. Hodí se na tvorbu loga, náčrtů bannerů nebo materiálů pro tisk i web, případně kreseb. Stejně jako ostatní Adobe programy je placený.

b. Adobe Photoshop

Je nejpoužívanějším programem pro práci s rastrovou grafikou. Zvládne skoro vše v oboru statické grafiky – od jednoduchých barevných úprav fotografií ke složitým fotomontážím.

c. Adobe Premiere Pro

Premiere Pro spadá mezi software pro real-time editaci a střih videí. Celé dění probíhá na časové ose, kde vše máte pod kontrolou. Obsahuje mnoho zabudovaných efektů a funkcí, díky kterým nemusíte pro každou maličkost do jiného z Adobe produktů. I tak je důležité umět spolupracovat mezi programy a předpřipravit si samotné grafické „kousky“ např. v AfterEffects.

d. Adobe AfterEffects

Doplňuje efekty, které kvůli své náročnosti v Premiere Pro chybí. Základ vašeho výtvaru většinou tvoří už přededitované video nebo statická grafika, kterému chcete přidat něco navíc. Podobně jako u předchozích programů i tady se dají přidat pluginy pro zajímavější funkce, nicméně zde jsou mnohem častěji využívány.

e. WordPress

Open Source software pro weby, který usnadňuje stavbu webu a podporuje jednoduché přidávání všemožných šablon a pluginů.

f. Elementor

Webový servis stejnojmenné společnosti pomáhající s tvorbou webu. Využívá techniky „Drag and drop“ a zabudovaného responsivního modu pro co nejlepší kvalitu webu.

g. PageSpeed Insights

Služba společnosti Google testující rychlost načítání webových stránek na všech elektronických zařízeních. Jako výsledek získáte informace, jestli např. nahrané fotografie nebo jiná část webu zbytečně nezpomaluje zbytek webu a jestli se vše načítá rychle a rovnoměrně.

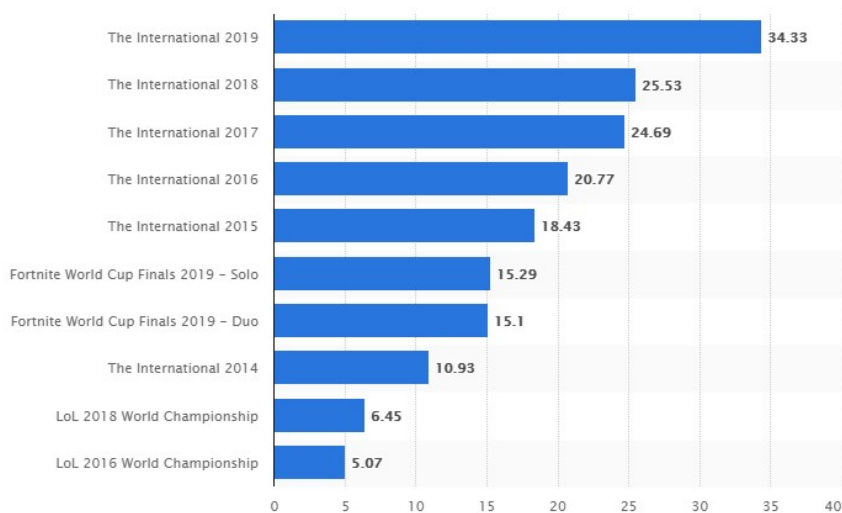
Teoretická část

3) Co je to Esport

a. Obecný popis

Jedná se o zkratku slovního spojení elektronický sport. Jde o organizované soutěžní hraní hráčů nebo týmů v jakékoliv hře a na jakékoliv platformě (PC, konzole, mobilní telefon). Soutěže mají jasná pravidla a účastnit se jich mohou jak amatérští, tak profesionální hráči.

Počet hráčů v týmu, formát i pravidla soutěže se liší s formáty jednotlivých turnajů se liší v závislosti na žánru herního titulu, co zůstává, je typ výher – ty jsou v dnešní době zpravidla finanční. Může se zápasit o doslova „pár korun“ nebo taky o část z dotace 34 000 000 \$ turnaje *The International 2019* ve hře Dota 2.



Obrázek 1 - Největší turnajové dotace v esportu Zdroj: [1]

b. Kde chce ROX EC působit?

Cílené kompetitivní tituly – *VALORANT* a *CSGO* – spojuje spousta vlastností. Druhý jmenovaný, s kořeny sahajícími až do minulého tisíciletí, patří americké společnosti Valve. Ta s pomocí „moderů“¹ přeprogramovala původní *Half-Life* na videoherní legendu *Counter-Strike* (1999), přes verze 1.6 (2000), *Source* (2004) až do dnešní verze *Global Offensive* (2012). Rozdílné verze hry měnily akorát svůj grafický vzhled a herní mechaniky. To nejdůležitější, průběh a způsob hraní, zůstalo stejné. 5v5 First-Person-Shooter s jednou stranou snažící se zničit jeden ze dvou cílů a druhou, která je musí ochránit. Jednoduché, že?



Obrázek 2 - CSGO Zdroj: [2]

VALORANT (2020), „nevlastní bratr *Counter-Striku*“ od společnosti Riot Games vlastněné čínskou nadnárodní společností Tencent, využívá identitický styl „gameplaye“². Hlavní změnou je animovaný grafický design a nahrazení nebo ukrytí válečných prvků do tématických schopností, aby hra byla přístupná i pro mladší zájemce.



Obrázek 3 - VALORANT Zdroj: [3]

Jak už naznačil rok 2020, obě hry mohou působit na esportovém trhu vedle sebe vzájemné újmy, naopak jim konkurence pomáhá se zlepšovat a růst vzhůru.

1 - modeři = dobrovolníci, kteří upravují základní verzi hry do verze své, většinou pro lepší požitky z hraní nebo doplnění nedostatků
2 – gameplay = jakým způsobem se hra hraje

c. Historie a vývoj esportu

Již v roce 1952 se konala první „gamingová“¹ akce ve hře přirovnatelné k piškvorkám. Soupeřem hráče bohužel nebyl živý člověk, ale AI², tím pádem to nemůže být uznáno jako esport. Šest let poté byla pro veřejnost prezentována hra *Tennis for Two*, první hra pro více hráčů na stejném stroji.



Obrázek 4 - *Tennis for Two* Zdroj: [4]



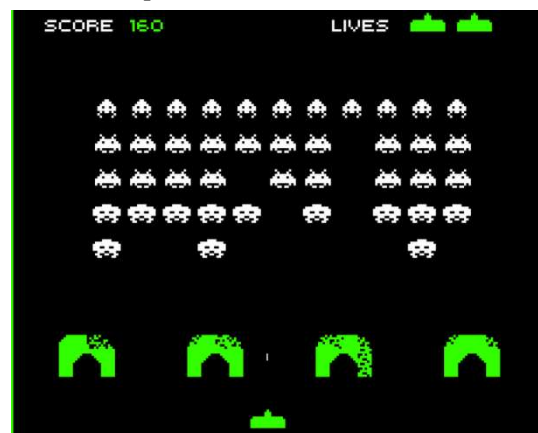
Obrázek 5 - *Spacewar!* Zdroj: [5]

Průkopníkem se stala hra *Spacewar* (1962), když deset let od vydání hry oddělení umělé inteligence Stanfordovy Univerzity v Kalifornii uspořádalo první videoherní turnaj *Intergalactic Spacewar Olympics*. Vítěz získal předplatné časopisu *Rolling Stones*.

Po delší odmlce, za dalším velkým skokem dopředu stála hra *Sea Wolf* s permanentním ukládáním nahraných rekordů. Stejně jako ostatní hry tehdejší doby se hrály na arkádových automatech podobných těm hazardním.

U o 3 roky mladších děl *Asteroids* a *Starfire* se k uživatelovu skóre ukládalo už i jeho jméno, tím vzniklo první měřítko herních dovedností. První jmenovaná hra se stala hlavní cenou turnaje *Space Invaders Championships* (1980). Z 10 000 zúčastněných soutěžících ve slavném titulu *Space Invaders* odešla vítězně Rebecca Heineman, stala se první vítězkou mezinárodní soutěže ve videohrách.

Dalším krokem se nabízelo zařídit žebříček, který nebude srovnávat jen hráče jednoho automatu, ale třeba z celé země. O to se postaral majitel jedné herny Walter Day. Společně s vývojářem Namcem a strojařem Williamsem představili *Twin Galaxies' Official Video Game & Pinball Book of World Records*. Soupis pravidel pro kompetitivní hraní a zároveň list rekordů. Když už Day věděl, kdo jsou nejlepší hráči v USA, založil rovnou i Americký národní videoherní tým, k tomu ještě pořádal turnaje. Jeho zásluhy pro esport jsou obrovské a bez jeho příspěvku bychom určitě nebyli tam, kde jsme teď.



Obrázek 6 - *Space Invaders* Zdroj: [6]

1 – gaming = hraní PC her

2 – AI = umělá inteligence (počítač)

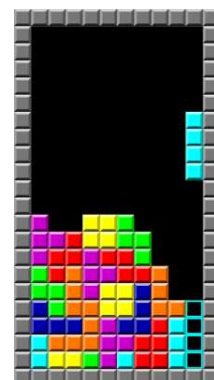
V 80. letech se probudila videoherní komunita i v Evropě, konkrétně v Německu. Vzniká *Atari VCS Bundesliga*, liga s rychle rostoucím počtem členů. Kluby soupeřily mezi sebou ve vícero různých hrách o ocenění německého šampióna, ten byl určen na konci roku.

Historickým milníkem je rok 1988 a s ním hra *Netrek*, která umožňovala první pravý multiplayer¹ pro maximálně 16 hráčů. Účastníky strategických klání bývali jen vědci a IT specialisti, protože pro běžné smrtelníky nebylo internetové připojení dostupným zbožím.



Obrázek 7 - Netrek logo Zdroj: [7]

O 90. letech minulého století se dá mluvit jako o rozjezdu celosvětového veřejně dostupného esportu. Hned na začátku zmíněného desetiletí pořádala japonská firma Nintendo světový šampionát opět v USA. Vítěz vyšel z triatlonu legendárních her *Super Mario Bros* (1985), *Tetris* (1984) a *Rad Racer* (1987). Poté už soutěže o nejvyšší skóre začaly pomalu ustupovat do pozadí, protože *Street Fighter II* (1991) zpopularizoval hraní PvP² a to je vždy zajímavější jak opakované souboje proti počítači.



Obrázek 8 - Tetris Zdroj: [8]



Obrázek 9 - SanFrancisco Rush Zdroj: [9]

S čím dál dostupnějším internetovým připojením a vývojem elektrotechniky stále rostla popularita videoher obecně, nejvíce těch cílených na počítače a konzole. Přece jen arkádový automat není nejmenší a nejdostupnější krabice, kterou byste chtěli mít doma. Krom vyjímek jako *San Francisco Rush* (1997), ve kterém dodnes závodí o pozici nejrychlejšího světového závodníka český jezdec a grafický designer Lukáš Veverka, se od arkád nakonec kompletně odstoupilo.

Vzestupu online her okamžitě využili vývojáři a přinesli na trh opravdové „bomby“. Valve zprovoznilo možnost hraní multiplayeru svého *Half-Life* (1988), Blizzard Entertainment přinesl reálnou strategii *StarCraft* (1998) a id Software převedlo titul *Quake* (1996).

Obrázek 10 - StarCraft Zdroj: [10]



- 1 – hra pro více hráčů, každý je na svém zařízení (připojení přes síť)
- 2 – způsob souboje -> hráč proti hráči

Stále nebylo běžné, aby každý měl doma svůj vlastní počítač, nevybavení hráči navštěvovali tzv. internetové kavárny, místa, kde si mohli pronajmout počítač a k tomu si dát třeba kávu. Jeden z dnešních největších organizátorů - Dreamhack (1994) také začínal tímto způsobem. Internetové kavárny rozjely éru offline (LAN) turnajů, při dnešní dostupnosti výpočetní techniky už ale nejsou nejpotřebnější službou na trhu a proto většina z nich už zanikla.

Jako první pravý esportový turnaj se bere akce Red Annihilation (1997), kde dohromady okolo 2000 hráčů bojovalo v *Quake I*. Na to navázalo CPL (Cyberathlete Professional League) s každoročními *Quake* turnaji, nebo také Deutsche Clanliga (od roku 2000 pod názvem ESL) a ClanBase.



Obrázek 11 - *Quake I* Gameplay Zdroj: [11]

Už tou dobou jsou videohry a esport cílenými marketingovými oddíly v Jižní Korei a začínají je profesionalizovat (to se v Česku nepodařilo doposud) a vzniká Korejská esportová asociace KeSPA.

S novým tisíciletím přicházejí týmové multiplayerové hry a tím pádem i větší a zajímavější turnaje – to jak pro hráče, tak pro diváky. Velkou zásluhu na tom má *Counter-Strike* a jeho verze 1.6 (2000) nebo také konkurent *Quake* série *Unreal Tournament* (1999). První jmenovaný titul okamžitě dobyt svět a na pomyslném trůně vydržel více jak 10 let.



Obrázek 12 – *CS 1.6* Zdroj: [12]

Toho se chytily první esportové organizace jako SK gaming (založena už roku 1997 hráči *Quake*), Ninjas in Pyjamas nebo Begrip Gaming, ale roste zájem i z organizační stránky – Skandinávii dominuje Dreamhack, Střední Evropu pobralo Electronic Sports League známé pod zkratkou ESL, Severní Ameriku Major League Gaming (MLG) zaměřené více na konzolovou scénu a celý svět spojovalo World Cyber Games (WCG), CPL a od roku 2003 i Esports World Convention (ESWC).

Navzdory mezinárodním turnajům a konkurenci napříč světadíly výsledky turnajů byly většinou stejné. V počítačových „střílečkách“ vítězili Evropané (často Švédové), zatímco strategie nejlépe ovládali Asiaté a „konzolovky“ jako *Halo* (2001) zůstaly pro Američany.



Obrázek 13 - Dreamhack 2000 Lan party Zdroj: [13]

Následující roky se držely stejného stylu – silné tituly: *CS*, *Quake*, *StarCraft* a strategie *Warcraft III*, zůstaly v popředí a tolik nevýrazné sportovní hry jako *PES* nebo *Gran Turismo* prostě odpadly a byly nahrazeny hrami s dočasnou slávou (*Warhammer* a různé díly série *Halo*). Scénu doplnila spousta profesionálních týmů pod štítky dalších organizací, např. Fnatic, Complexity Gaming a mousesports. Mimo jiné dříve regionální pořadatelé (ESL, Dreamhack, MLG apod) k sobě otevřeli cestu pro hráče z jiných kontinentů, což samozřejmě celosvětovému esportu pomohlo.



Obrázek 14 – Staré logo Fnatic
Zdroj: [14]



Obrázek 15 – Porovnání grafické stránky her CS 1.6 a CS:S
Zdroj: [15]

Valve chtělo na úspěch *CS 1.6* navázat jejím pokračováním, *CS: Source* (2004). Přestože *CS:S* vynikalo grafickou stránkou, komunita se spíše držela nadále u *CS 1.6*. Novější hře chyběl takový „skillgap“¹, na který byli hráči zvyklí. Místo toho na sebe strhává pozornost modifikace *Warcraftu III*, MOBA² *DotA* (2003). Mimo jiné Activision představuje první díl „střílečky“ *Call of Duty* (2003), takže s příchodem období 2004-2005 se komunita začíná dost rozdělovat. Do CoD série každoročně vychází nové a vylepšené díly, žánr MOBA stoupá vzhůru, „konzolisté“ jsou šťastní za další díl *Halo* a i přes to všechno obě poloviny CS komunity v pohodě přežívají. Z hlediska turnajů se toho kromě místa konání a neustále rostoucího počtu účastníků tolik neměnilo.

Vzniklá situace vyvrcholí mezi lety 2009 a 2010. Američané z Riot Games vyvinuli *League of Legends* (2009), MOBA hru, která je špičkou herního průmyslu i o 12 let později.



Obrázek 16 - LoL Gameplay Zdroj: [16]

1 – rozdíl herních schopností, menší skillgap = celkově jednodušší hra
2 – herní žánr „Multiplayer online battle arena“

To natáhlo další kus komunity ke zmiňovanému populárnímu žánru, což trochu nečekaně neublížilo „cskařům“. Stará 5vs5 akční „střílečka“ navzdory zastaralému vzhledu táhla mladé hráče, díky tomu se v tomto období zformovala „druhá generace“. Bohužel, když se daří velikánům, nemůžou být ve stejné pozici i menší developeři a jejich hry. Blizzard zachránil svou situaci vydáním *StarCraft 2*, ostatním se takové příhodné načasování s kvalitní hrou nepodařilo, proto u jejich her ubývali hráči.

Zlomem historie a současnosti esportu se dá brát vzestup společnosti Valve a jejich investice do tvorby *CS: Global Offensive* (2012) a *Dota 2* (2013). Obě hry se společně s *LoL* drží až dodnes v absolutní špičce. Kdyby ale neexistovala dříve žádná „druhá generace cskařů“ nebo nevzniklo *LoL*, ani jedna z her od Valve by dneska neslavila takový úspěch. Byla to právě ta skupinka hráčů z konce CS 1.6, která ovládala CSGO nejlépe, Švédové z NiP a Fnatic společně s polskými Golden Five.



Obrázek 17 - Vítězství NiP v ESL Cologne 2014 Zdroj: [17]

d. Co se změnilo?

Možná by bylo lepší položit otázku: co zůstalo stejné? Snad jen samotná podstata esportu. Největší změna poznamenala pohled širší veřejnosti na videoherní průmysl. Z volnočasové aktivity pro teenagery vyrostl esport do profesionální a velice dobře placené a sledované záležitosti a konkurenta běžného sportu. Přece jen více než milion živě sledujících diváků při největších turnajích už bývá klasikou a to není zrovna malé číslo. Malá čísla také nejsou výděleky těch nejlepších „profíků“. Hráč s největším peněžním příjmem čistě z turnajových výher je Dán *N0tail*

(Dota 2), ve věku 27 let už dokázal nashromáždit necelých 7 milionů dolarů, k tomu ještě dostává běžnou měsíční výplatu od organizace OG. V Česku jsme byli vždy o několik let pozadu, ale už taky přichází doba stabilních profesionálních týmů. Snad se nám svět podaří rychle dohnat...

	Player ID	Player Name	Total (Overall)	Highest Paying Game	Total (Game)	% of Total
1.	N0tail	Johan Sundstein	\$6,974,737.80	Dota 2	\$6,963,011.58	99.83%
2.	JerAx	Jesse Vainikka	\$6,470,548.78	Dota 2	\$6,470,000.02	99.99%
3.	ana	Anathan Pham	\$6,000,411.96	Dota 2	\$6,000,411.96	100.00%
4.	Ceb	Sébastien Debs	\$5,564,712.41	Dota 2	\$5,564,712.41	100.00%
5.	Topson	Topias Taavitsainen	\$5,481,317.57	Dota 2	\$5,481,317.57	100.00%
6.	KuroKy	Kuro Takhasomi	\$5,204,004.15	Dota 2	\$5,202,280.81	99.97%
7.	Miracle-	Amer Al-Barkawi	\$4,806,941.68	Dota 2	\$4,806,941.68	100.00%
8.	MinD_ContRoL	Ivan Ivanov	\$4,588,016.16	Dota 2	\$4,588,016.16	100.00%
9.	GH	Maroun Merhej	\$4,202,310.69	Dota 2	\$4,202,310.69	100.00%
10.	Matumbaman	Lasse Urpalainen	\$3,771,369.04	Dota 2	\$3,771,369.04	100.00%
11.	Sumail	Sumail Hassan	\$3,608,317.34	Dota 2	\$3,608,317.34	100.00%
12.	Bugha	Kyle Giersdorf	\$3,154,261.72	Fortnite	\$3,141,595.05	99.60%
13.	UNiVeRsE	Saahil Arora	\$3,057,237.67	Dota 2	\$3,057,237.67	100.00%
14.	ppd	Peter Dager	\$3,029,331.36	Dota 2	\$3,001,619.62	99.09%
15.	Somnus\ M	Lu Yao	\$2,997,486.34	Dota 2	\$2,997,486.34	100.00%
16.	fy	Xu, Linsen	\$2,907,194.54	Dota 2	\$2,907,194.54	100.00%
17.	Puppey	Clement Ivanov	\$2,871,074.23	Dota 2	\$2,870,004.17	99.96%
18.	Fear	Clinton Loomis	\$2,559,013.19	Dota 2	\$2,557,657.34	99.95%
19.	s4	Gustav Magnusson	\$2,558,783.91	Dota 2	\$2,553,725.14	99.80%
20.	Zai	Ludwig Wåhlberg	\$2,530,229.02	Dota 2	\$2,510,134.31	99.21%

Obrázek 18 - Žebříček nejvyšších příjmů z esport turnajů Zdroj: [18]

4) Marketing

a. Marketingová strategie

Esportové organizace obecně fungují z dotací od sponzorů, prodeje merchandise a malou část i výhry z turnajů. Stejnou strategií by se řídilo i ROX EC. Pro získání sponzorů je nutné přesvědčení o budoucnosti firmy a její zviditelnění v médiích. S tím souvisí výběr reprezentantů organizace, které stejně jako sponzory musíte k sobě nalákat. Ti jsou hlavním motivátorem pro fanoušky, aby sledovali naši organizaci a ideálně si koupili např. dres a tím podpořili firemní ekonomiku. Okolo hráčů musí firma vést většinu své reklamy a obsahu sociálních sítí, tím udržovat povědomí o sobě a zvyšovat fanouškovskou základnu. ROX Esport Club bude používat jako hlavní sociální síť Twitter, v budoucnu možná i Instagram. Twitter je ideální na oslovení lidí s větším ponětím o esportu a vyšším věkovým průměrem než na Instagramu, tam se často cílí na mladší a méně znalé publikum. Facebook nepřípadá v úvahu, protože v evropském nebo celosvětovém měřítku nemá pro esport budoucnost. Obsah sociálních sítí doplňuje web s příspěvky z širšího okruhu esportu.

b. Cílová skupina

Zájem o esporty přichází u dětí už od nízkého věku, kolem 10 let. Vrchní hranice zájemců aktuálně dosahuje i více jak 40 let. Protože ROX EC plánuje účinkovat v titulech CSGO a Valorant, cílová skupina bude zúžená a to na nějakých 15-40 let.

c. Reklama

Reklamy esportových organizací zviditelňují novinky z merchandise, tím se na oči dostanou i sponzoři a díky tomu jsou vlastně spokojeni všichni. Mimo to už ale není co do reklam nabídnout, zbytek internetové propagace spadá na příspěvky pro sociální sítě a web.

Praktická část

5) Vizuální identita

a. Logo

Logo je základem každé společnosti i jedince, který by rád ve světě uspěl. To u ROX EC se skládá z názpisu ukazujícího jméno firmy a motivu hor. Tato kombinace k sobě sedla ideálně, protože anglicky „rocks“ (neboli skály, hory, kameny) má stejnou výslovnost jako ROX. Hlavním nástrojem pro výrobu loga se stalo pero v Adobe Illustrator, zbytek doladily vedlejší drobné nástroje a funkce. Všechny možnosti a povolené způsoby použití loga jsou zobrazeny v grafickém manuálu, který je připnutý na webu.



Obrázek 19 - ROX EC logo Zdroj: Vlastní

b. Internetové postery

Pomocí posterů (neboli plakátů) organizace zveřejňuje novinky na internet. Jako častým motivem u ROX EC jsou černobílé hory v kombinaci s prezentovanou událostí. Tou může být v našem případě např. oznámení nových hráčů, sponzorů nebo zápasu. Zhotovený výtvarný návrh následně putuje do příspěvku na web a sociální sítě.



Obrázek 20 - Předpřipravený poster pro následující zápas Zdroj: Vlastní

6) Prezentace na internetu

a. Sociální sítě

Pro začátek jedinou sociální sítí používanou ROX EC je Twitter. Tweety (příspěvky na twitteru) jsou nejrychlejší a nejsnadnější způsob informování veřejnosti na internetu. Mimo jiné se nevyplatí přidávat příspěvky na web kvůli každé maličkosti. Budoucí využití další sociální sítě – pravděpodobně Instagramu by obsáhlo cílení na větší cílovou skupinu, což zatím není nutné.



Obrázek 21 - Ukázka příspěvku z twitteru Zdroj: Vlastní

b. Webové stránky

Web by měl být místem, kde návštěvník najde vše, co o organizaci potřebuje vědět nebo co by si přál najít. Je rozdělen na 5 částí – úvodní stránku sloužící jen jako rozcestník, stránku novinek dění v i mimo ROX EC, dále části obsahující informace o týmech hrajících pod touto organizací, nabídku produktů k prodeji a nakonec kontakt. Motiv webu se drží v tmavých barvách, aby správně vynikly firemní motivy.



Obrázek 22 - Úvodní strana webu Zdroj: Vlastní

7) Produkty k prodeji

a. Týmový dres

Dresy obecně nosí hráči, aby se v prvé řadě odlišili od svých protivníků a také od běžných diváků, v druhé řadě k reklamě sponzorů zobrazených na dresu a v třetí, pro organizaci nejpodstatnější, k prodeji divákům.

Dres ROX EC se drží motivu hor a klasické barevnosti organizace, zároveň nechává volné místo pro případné sponzory.

b. Mikina

Na rozdíl od dresu, design mikiny je jednodušší a designově čistší. Mimo menší tmavé řady špičatých bodů znázorňujících hory a loga na prsu zůstává mikina bez dalšího „špinění“ podkladových barev, kterými jsou bílá a světle modrá.



Obrázek 23 - Dres ROX EC Zdroj: Vlastní

c. Polep auta

Pro fanoušky velkoprostorových aut nabízí ROX EC i polep dodávky, stejný, jaký by používala samotná organizace pro své vozy.



Obrázek 24 - Polep pro firemní vůz
Zdroj: Vlastní

8) Závěr

Cílem práce bylo připravit firmu na případný příchod na trh, s čímž souvisí základy marketingu, příprava materiálů pro propagaci na sociálních sítích a také tvorba webu. Firma by se snažila postavit do prázdného rozděleného prostoru mezi československými a evropskými esportovými scénami a posunout ho dopředu.

ROX Esport Club disponuje i připraveným eshopem s merchandisem, který by mohl sloužit k financování chodu organizace. V následujících měsících zůstane firma udržována a její další budoucnost se odvíjí od řešení pandemické situace.

9) Zdroje

a. Seznam literatury

- [1] *List nejvyšších esportových dotací* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://www.statista.com/statistics/517940/leading-esports-tournaments-worldwide-by-prize-pool/>
- [2] *Logo CSGO* [online]. 2021. Dostupné také z: http://media.steampowered.com/apps/csgo/blog/images/fb_image.png?v=6
- [3] *Valorant gameplay* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://playvalorant.com/assets/video/game-overview-poster-launch.jpg>
- [4] *Tennis for Two* [online]. 2021. Dostupné také z: https://videogamehistory.fandom.com/wiki/Tennis_for_Two
- [5] *Spacewar!* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://en.wikipedia.org/wiki/Spacewar!>
- [6] *Space Invaders* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://www.smithsonianmag.com/science-nature/original-space-invaders-icon-1970s-America-180969393/>
- [7] *Netrek* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://www.giantbomb.com/netrek/3030-18374/>
- [8] *Tetris* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://en.wikipedia.org/wiki/Tetris>
- [9] *San Francisco Rush* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://nypartyworks.com/product/san-francisco-rush/>
- [10] *Starcraft* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://cdr.cz/clanek/hry-od-pocatku-po-soucasnost-starcraft-jeho-cesta-na-vrchol-rts-i-e-sportu>
- [11] *Quake I* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://www.timetoast.com/timelines/esports-history>
- [12] *CS 1.6* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://csko.cz/articles/read/24>
- [13] *Dreamhack LAN Party 2000* [online]. 2021. Dostupné také z: https://www.youtube.com/watch?v=6RS_CFUz9wY
- [14] *Fnatic logo* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://logos-download.com/7574-fnatic-logo-download.html>
- [15] *CS: Source vs CS 1.6* [online]. 2021. Dostupné také z: <http://www.gameforum.wbs.cz/Counter-StrikeSource.html>
- [16] *League of Legends* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://curiosities.sheridancollege.ca/league-of-bruins/>
- [17] *NiP Cologne 2014* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://www.hltv.org/news/13793/nip-win-esports-award>

[18] *Nejvyšší příjmy esportu* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://www.esportsearnings.com/players>

Popis Adobe programů: *Adobe programy* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://entuzio.cz/adobe-programy/>

Popis Adobe Illustrator a Photoshop: *Adobe AI a PSD* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://www.itnetwork.cz/photoshop/zaklady/zaklady-adobe-photoshopu-uvod>

Popis Wordpressu: *Wordpress* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/WordPress>

Popis PageSpeed Insights: *PageSpeed Insights* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=cs>

Popis Elementor: *Elementor* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://en.wikipedia.org/wiki/Elementor>

Co je to esport: *Esport* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://en.wikipedia.org/wiki/Esports>

Co je to esport: *Esport* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://www.esport.cz/co-je-to-esport>

Historie esportu: *První esport turnaje* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://www.polygon.com/2012/10/20/3529662/first-game-tournament-intergalactic-spacewar-olympics-held-40-years>

Historie esportu: *Začátky esportu* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://www.ispo.com/en/markets/history-origin-esports>

Historie esportu: *High Score seriál* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://www.netflix.com/title/81019087>

Historie esportu: *Starcraft* [online]. 2021. Dostupné také z: [https://en.wikipedia.org/wiki/StarCraft_\(video_game\)](https://en.wikipedia.org/wiki/StarCraft_(video_game))

Historie esportu: *Evoluce esportu* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://medium.com/@BountieGaming/the-history-and-evolution-of-esports-8ab6c1cf3257>

Historie esportu: *Unreal Tournament* [online]. 2021. Dostupné také z: https://en.wikipedia.org/wiki/Unreal_Tournament

Historie esportu: *Halo: Combat Evolved* [online]. 2021. Dostupné také z: https://en.wikipedia.org/wiki/Halo:_Combat_Evolved

Historie esportu: *WCG* [online]. 2021. Dostupné také z: https://en.wikipedia.org/wiki/World_Cyber_Games

Historie esportu: *CPL* [online]. 2021. Dostupné také z: https://en.wikipedia.org/wiki/Cyberathlete_Professional_League

Historie esportu: *Historie esportu* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://www.timetoast.com/timelines/esports-history>

Historie esportu: *Counter-Strike* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://en.wikipedia.org/wiki/Counter-Strike>

Cílové skupiny esportu: *Rozdělení cílové skupiny v esportu* [online]. 2021. Dostupné také z: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2020-07-08-72-percent-of-esports-audience-is-male-says-report>

b. Seznam obrázků

Obrázek 1 - Největší turnajové dotace v esportu Zdroj: [1]

Obrázek 2 - CSGO Zdroj: [2]

Obrázek 3 - VALORANT Zdroj: [3]

Obrázek 4 - Tennis for Two Zdroj: [4]

Obrázek 5 - Spacewar! Zdroj: [5]

Obrázek 6 - Space Invaders Zdroj: [6]

Obrázek 7 - Netrek logo Zdroj: [7]

Obrázek 8 - Tetris Zdroj: [8]

Obrázek 9 - SanFrancisco Rush Zdroj: [9]

Obrázek 10 - StarCraft Zdroj: [10]

Obrázek 11 - Quake I Gameplay Zdroj: [11]

Obrázek 12 – CS 1.6 Zdroj: [12]

Obrázek 13 - Dreamhack 2000 Lan party Zdroj: [13]

Obrázek 14 – Staré logo Fnatic Zdroj: [14]

Obrázek 15 – Porovnání grafické stránky her CS 1.6 a CS:S Zdroj: [15]

Obrázek 16 - LoL Gameplay Zdroj: [16]

Obrázek 17 - Vítězství NiP v ESL Cologne 2014 Zdroj: [17]

Obrázek 18 - Žebříček nejvyšších příjmů z esport turnajů Zdroj: [18]

Obrázek 19 - ROX EC logo Zdroj: Vlastní

Obrázek 20 - Předpřipravený poster pro následující zápas Zdroj: Vlastní

Obrázek 21 - Ukázka příspěvku z twitteru Zdroj: Vlastní

Obrázek 22 - Úvodní strana webu Zdroj: Vlastní

Obrázek 23 - Dres ROX EC Zdroj: Vlastní

Obrázek 24 - Polep pro firemní vůz Zdroj: Vlastní