

# Abstrakt

Tato diplomová práce zkoumá účinnost reklamních kanálů v odvětví videoher a esportu, se zaměřením na segmentaci produktů. S využitím dat poskytnutých agenturou Publicis Groupe a jejími dodavateli tato studie analyzuje dopad různých formátů reklamy, včetně reklam ve hře, kolem hry a mimo hru, na zapamatovatelnost značky a další klíčové metriky reklamy. Teoretický rámec začíná definicí a kontextualizací videoher, esportu a herního streamování, následuje průzkum efektivity reklamy, segmentace produktů a jednotlivých reklamních umístění. Tato část zahrnuje odbornou literaturu, která analyzuje různé faktory ovlivňující efektivitu reklamy ve hrách. Praktická část práce vyhodnocuje agregovaná data reklamních kampaní, aby určila výkon specifických produktových segmentů napříč různými reklamními umístěními, za využití standardizovaných reklamních metrik, jako je míra proklikovosti a míra zapamatovatelnosti reklamy. Závěr uvádí důsledky těchto zjištění a nabízí doporučení pro optimalizaci reklam v herním prostředí za účelem zvýšení efektivity inzerce jednotlivých produktových segmentů napříč odvětvím videoher.