

## **W specjalnej akcji KFC w CS:GO wzięło udział 11 299 polskich graczy! Czy głód wpłynął na skilla?**

Nie ma złych graczy, są tylko głodni. Takimi słowami można skwitować akcję przeprowadzoną przez KFC w weekend 6 oraz 7 października. Obiektem zainteresowania giganta branży spożywczej stała się niezwykle popularna na całym świecie gra, czyli Counter-Strike: Global Offensive. Kopia tytułu, który na całym świecie został zakupiony blisko 40 milionów razy, bije rekordy popularności również w Polsce. W ramach akcji przygotowanej przez KFC gracze mogli otrzymać specjalne kody zniżkowe, które były do znalezienia na mapach w dedykowanej puli serwerów. Akcja cieszyło się ogromnym zainteresowaniem i wzięło w niej udział ponad 11 299 polskich fanów CS:GO na prywatnych serwerach 1shot1kill.

Akcja wystartowała w sobotę równo o godzinie 12 i trwała 32 godziny — aż do niedzielnego wieczoru. W trakcie trwania eventu, na prywatnych serwerach CS:GO, gracze mogli znaleźć grafiki z zabawnymi hasłami, które zawierały kody zniżkowe na produkty oferty KFC. Akcja giganta branży spożywczej przeniosła zmagania w tym niezwykle popularnym tytule na zupełnie inny poziom. Każdy musi zdecydować się czy ustrzelić fraga, spróbować rozbroić bombę, bronić bombsite'u albo odszukać swoją szansę na tańszy posiłek od KFC.

“Rynek esportowy oraz gamingowy jest już na dobre stałym punktem w wykorzystywaniu nowoczesnych form działań marketingowych ze względu na jego potencjał wśród społeczności. Ze strony KFC to nie pierwsze i nie ostatnie wejście do świata gier komputerowych. Zależy nam na tym, żeby w komunikacji marki mówić językiem graczy” - mówi Szymon Dyjach, Buzz & Appreciation Manager KFC

Grafiki przygotowane przez producenta popularnych “Kubelków” można było znaleźć w formie graffiti na trzech mapach — Cache, Mirage oraz Dust2. Są one znakiem dla graczy, że na mapie ukryty został kod zniżkowy, które można wykorzystać podczas realizacji zamówienia w miejscu przeznaczonym na rabat. Mimo iż na żadnej z wymienionych map nie można znaleźć kurczaka, to jednak każdy gracz ma szansę zdobyć dla siebie pyszne skrzydełko.

“W tej akcji wykorzystaliśmy nasze doświadczenie i zrozumienie branży gamingowej oraz sportów elektronicznych. Dlatego zdecydowaliśmy się na współpracę z 1shot1kill, które odpowiadało za wykonanie graffiti bezpośrednio w grze” - mówi Krzysztof Stypułkowski, członek zarządu Fantasy Expo

**Kurczę, ten esport to dobry biznes!**

Akcja organizowana na serwerach to nie pierwsze działanie marki w świecie sportów elektronicznych. KFC zainteresowało się esportem już w lipcu bieżącego roku w trakcie kwalifikacji do FACEIT London Major 2018. To właśnie wtedy polska drużyna CS:GO Team Kinguin, podjęła próbę zakwalifikowania się do mistrzostw świata i walki o pulę nagród równą milion dolarów. KFC wspierało rodzimą drużynę, zachęcając do kibicowania nie tylko fanów Pingwinów, ale wszystkich entuzjastów rozgrywek Counter-Strike: Global Offensive.

Zainteresowanie marki esportem nie zakończyło się jednak na samym kibicowaniu drużynom w trakcie ich zmagania. KFC postanowił dołączyć do rywalizacji, tworząc swoją własną drużynę KFC Gaming. Wybór tytułu, w którym padł wybór utworzenia dywizji, przypadł na Fortnite. Co ciekawe opis drużyny jest śmiałym odniesieniem do konkurencyjnego tytułu PUBG i brzmi: *"Twój kurczak, odgrywający rolę skrzydłowego we wszystkich triumfach Royale będzie tak dobry, że palce lizać"*. Możemy sobie zadać pytanie, kiedy i gdzie zobaczymy kolejne akcje KFC w świecie sportów elektronicznych. Może kurczak jako bohater w League of Legends?