

>>>

طلب تغيير

طلب تغيير

الرعاية وتفعيل الحضور في الساحة

VANTAGE ENERGY DRINKS إلى 2200
COLORADO AVE, SANTA MONICA,
CA 90404, UNITED STATES

IRONFRAME ESPORTS من 8500 SUNSET
BLVD, LOS ANGELES, CA 90069,
UNITED STATES

يعدّل طلب التغيير هذا نطاق العمل المُشار إليه أدناه. ولا يسري مفعوله إلا بعد توقيع الطرفين عليه.

تاريخ الإصدار
12 يوليو 2026

يعدّل
SOW-2026-
0588

تاريخ السريان
15 سبتمبر 2026

طلب تغيير رقم
CR-2026-
0745

Ironframe Esports LLC

سرّي — أعدّ من أجل Vantage Energy Drinks. لا يجوز تداوله خارج نطاق
الأطراف المذكورة.

01

ملخص التغيير

طلبت Vantage إضافة تفعيل صالة كبار الشخصيات داخل الملعب للبطولة الشتوية بعد إقبال قوي على توزيع العينات في الفعالية الخامسة، مع تمديد التوظيف وإضافة إنشاء صالة مخصصة، ليصبح المجموع المعدّل 238,400 دولار.

المبررات

جربت Vantage Energy Drinks الإعلانات التمهيدية والإنفاق على المؤثرين مقابل جمهور الألعاب الإلكترونية لموسمين، بأرقام تذكر للعلامة التجارية ثابتة دون تحسّن — يتخطى المشاهدون الإعلانات ولا يربطون العلامة التجارية بالألعاب التي يشاهدونها. ما يحرّك المؤشر في هذا القطاع هو الحضور الفعلي في الفعاليات التي يحضرها المشجعون فعليًا، على الشاشة وداخل الملعب، وليس بجانب بث فقط.

تقترح Ironframe Esports رعاية على مستوى الموسم بأكمله عبر ست فعاليات مباشرة، تركز على البطولة الشتوية: العلامة التجارية على الجيوبوترون والمسرح، وتوزيع عينات المنتج داخل الملعب، وأقسام بث مشتركة العلامة مدمجة ضمن إنتاج البطولة نفسه. توضح الأقسام التالية المنهجية والنطاق والجدول الزمني والاستثمار المطلوب.

منهجيتنا

ندمج Vantage داخل البث نفسه: علامة تجارية على الجيوبوترون والمسرح مرئية من كل زاوية كاميرا، ومحطات توزيع عينات داخل الملعب في الممرات، وأقسام مشتركة العلامة منتجة داخل بث البطولة نفسه، لا كإعلان منفصل مُلحق. تُبقي ست فعاليات على مدار الموسم العلامة التجارية حاضرة باستمرار في خلاصات المشجعين، وصولًا إلى البطولة الشتوية ك لحظة الذروة التي يتقاطع فيها الوصول والمصداقية.

التحدي

أنتج إنفاق Vantage على الإعلانات التمهيدية والمؤثرين تجاه جمهور الألعاب الإلكترونية أرقام تذكر ثابتة للعلامة التجارية لموسمين متتاليين — يتخطى المشاهدون الإعلانات، ولا ترتبط العلامة التجارية بالألعاب التي يشاهدها المشجعون فعليًا. ما يحرّك التذكّر في هذا القطاع هو الحضور المادي والمرئي في الفعاليات التي يحضرها المشجعون، لا الإعلان المجاور لبث يحاولون تجنبه بنشاط.