공모전을 통한 인디게임 마케팅

저비용/고효율!

터틀크림: 박선용 개인 프로젝트

아이리스/컷&페이스트/슈가큐브 발표

국내외 공모전에서 12개의 상 수상 (1개 해외, 나머지 국내)

공모전에 당선되는 방법x 공모전을 이용하는 방법o

Why?

올해의 수상작이 뭐지?

게임에 관심이 있는 유저를 쉽게 유치할 수 있다.

세상에는 수많은 공모전이 있다

Imga

IGF

인디케이드

대한민국 인디게임 및 게임 아이디어 공모전

인디게임챌린지 -> 게임스탑 주최

팍스10 -> 북미 한정

Sense of wonder night -> 동경게임쇼 주최(무조건 신선함만을 추구)

국내: 공모전보다는 매체(피그민/루리웹)가 다뤄주는 게 낫다.

퀄리티도 낮음

하지만 수상 시 “아무 노력 없이” 국내 기사화가 가능함

게임개발자 협회/KGC 등

* 알리기 이상도 이하도 아니다

국외: 수많은 리뷰

더 많은 방문자

쌓여가는 인맥

두꺼워지는 지갑

예) IGF차이나

상장, 상패, 상금

국내/외 각종 기사들

시연부스 운영 -> 인맥 습득

GDC China VIP티켓

GDC All-Access Pass : 베스트 게임 수상시

유저 유입:많이

수상 이후의 행보도 중요하다

월드 오브 구 / FEZ(아트 부분 수상)

양 게임 모두 IGF 수상작이지만

FEZ는 아직 출시가 안 됐다(…)

Finalist가 되면:

여기 저기 소개와 리뷰가 실린다

트래픽이 올라간다

국내 기사화도 가능

다음 년도 행사 소개 기사에도 실릴 수 있다

수상 여부와 관계 없이 두달 동안 전 세계가 주목

수많은 미디어에 소개

상용화 제안 - 런던 게임 개발사에서 PSP minis 버전 제의

스페인어 버전 제작 – KAWA games (스페인어 버전 번역/퍼블리싱)

finalist마저도 안 되면

출품작 페이지

소개 동영상

어쨌든 가능한 건 다 써먹어야지 않겠나?

엔ㅌ리에 올라가기만 해도 기사에 실릴 수 있다.

미디어 하나당 트래픽/다운로드 = 500/200 정도

내고 가만 있느냐?

엔트리 페이지를 전략적으로

플레이어블 데모

리뷰어들에게 땡큐메일

사이트 분석도구 등록

메일링 리스트 관리

엔트리 페이지를 잘 만드는 법

* 수상하기 위한 게 아닌, 더 많은 사람들에게 알려주기 위해서

1. 제목에도 신경쓰자!

(게임 나열은 알파벳 순이다)

2. 반드시 사이트 링크를

3. 스샷으로 승부(-\_-; 이쪽도 마찬가지구만)

게임에서 가장 쿨해보이는 장면을 삽입하는 것이 포인트

4. 동영상은 비메오 또는 유튜브로

유튜브 쪽이 접근도가 높다

관련 검색어로 연관 노출

5. 사이트 링크를 할 때 게임 페이지 링크를 하는 것이 중요

물론 다른 포트폴리오도 메뉴에서 노출이 가능하도록 배치

플레이어블 데모

“재미있어 보인다”와 “재미있다” 는 분명히 다르다

(free/lite version을 내는 이유와 일맥상통)

게임프론트/파일플래닛/미디어파이어

리뷰어에게 인사를 하자

인사의 힘: 엄청 큼!!

쌩유메일을 보내자 (답변이 또 올지 안올지는 상관하지 말고)

모든 트래픽에는 이유가 있다. -> 사이트 분석 도구를 탑재하는 것이 중요

메일링 리스트

현재 터틀크림에는 16개의 메일 주소가 등록되어 있다.