게임 마케팅: 게임 분석

게임 기획은 게임 분석에서 시작한다: 문제점 도출, 잘 되고 있는 점 도출

분석은 내가 필요한 정보를 찾아내고 찾아낸 정보를 취합하는 과정 🡪 많은 노력과 시간 요구

예시: 백종원 골목 식당 - 푸드 트럭을 할 때 상권과 타겟 시장에 대한 분석

분석의 필요성

분석은 올바른 결과를 만들 수 있는 확률을 높인다

분석 방법을 알아야 엉뚱한 결과로 인해 잘못된 방향을 선택하지 않는다.

가끔은 분석 데이터보다 다양한 분석 경험으로 문제를 해결할 수 있다

의사결정권자는 분석 결과를 토대로 실행 우선 순위를 정할 수 있다

맹목적인 데이터 신뢰의 오류는 피해야 한다 (데이터에만 집착하면 정작 중요한 걸 놓치는 경우가 많다)

“너, 분석할 줄 아니?”

대개의 포트폴리오나 면접 시의 질문

* 대개 자사 게임의 분석이나 역 기획서 요구
* 경쟁 게임에 대한 분석을 통한 개선안 또는 차별화 방안 질문
* 가상 상황에 대한 분석력을 파악하고자 하는 다양한 질문들

게임 기획자에게 분석 역량은 핵심

* 분석이 뒷받침되지 않은 기획은 방향을 잃기 쉽다
* 분석이 뒷받침되지 않은 의견은 설득력을 갖추기 어렵다

**분석의 3요소**

의도, 구현 방식, 실제 효과

1. 의도: 기획 의도는 무엇인가?

* 예시: 우유 맛이 느껴지는 카페 라떼(편의점 용)를 만들자

1. 구현 방식: 기획 의도를 어떤 방식으로 구체화 했는가?
2. 실제 효과: 해당 구현 방식이 실제로 미치는 영향은 무엇인가?

모든 분석은 위의 3가지 요소를 항상 염두에 두고 진행해야 한다

흔한 분석 실수

1. 분석의 카테고리가 불분명하다 🡨 분석의 목적이 불분명하기 때문

* 원인, 문제점, 해결책이 뒤섞여 있다

1. 분석의 목적이 불분명하다
2. 게임을 둘러싸고 있는 제반 환경에 대한 분석 없이 게임 자체만 분석

* 새로운 스킬을 만드는 기획 안: 캐릭터 분석, 스킬 분석, 몬스터 분석 다하고 있더라

1. 객관적인 데이터가 아닌 본인의 주관적인 경험과 느낌에 기반

* 우리 게임의 어떤 지표가 떨어진다: 다른 게임에서 어떤 마케팅을 하는 지, 시장 전체 상황의 문제인 지, 우리 게임 내부에 문제가 있는 지 등을 모두 고민해야

1. 데이터 분석의 근거가 미약

* 어떤 데이터를 제시해야 할 지 잘 모르는 경우가 많다. 🡪 자신의 주관적인 경험, 커뮤니티의 의견들에 많이 치우치게 된다

예시

강력범죄를 근절하려면 중국처럼 사형시켜야 된다: 강력 범죄를 근절하기 위한 사형이 효과가 있는 지에 대한 데이터 분석 필요 (원인, 문제점, 해결법이 혼재)

라면은 싸구려? 고급화 하자: 라면의 목적에 대한 이해 자체가 이루어지지 않은 분석

크로아티아 여행 가는데 크로아티아 환전 안 함: 크로아티아 = 유럽 국가, 유럽 국가는 무조건 유로화 쓴다는 정확하지 않은 정보로 분석

게임 중독은 가장 큰 청소년 범죄 원인 중 하나: 비행 청소년이 발생하는 원인에 대한 분석이 전혀 이루어지지 않음 (원인, 문제점, 해결법이 혼재된 경우)

게임 분석

즉석 질문: 게임 분석이 필요한 경우?

제품으로서의 게임: 사용자 경험, 행동, 수익, 시스템 등

프로젝트로서의 게임: 게임의 개발 진행 사항

항상 상황과 필요를 고려해야

상황에 따라서 해결책까지 포함할 필요도 있다

* 사람들은 모두 개인적인 성향이 다르기 때문에, 모여서 분석을 하다 보면 결국 ‘재미 있다’ 또는 ‘재미 없다’ 정도의 단순한 의사소통만 오간다
* 이런 **의견을 분류하고 쪼개서 분석**을 해야 되는데, 이것이 게임 분석이 필요한 이유
* 어떠한 분석 요소로 볼 수 있기 때문에 어떤 문제가 있고 어떻게 해결해야 하는지

시스템은 안정화 되어있는가, 시스템은 편리한 가, 콘텐츠 볼륨은 적당한 가, 유저가 어떤 행동을 하는가, 유저에게 좋은 경험을 주는지

누구한테 어떤 업무를 맡겨야 되는지, 우리가 잘 개발하고 있는지 등에 대한 분석도 이루어져야

“모든 분석의 기준점에는 유저가 존재한다”

경쟁 게임 분석: 유저의 입장에서 바라본 장단점 분석, 유저 층에서 봤을 때 경쟁 게임이 어떻게 존재하는 지

시장 분석: 우리가 어떤 유저들을 대상화 할 수 있는지, 우리가 그 유저들에게 얼만큼 시장 형성이 가능한지, 그 유저들에게 맞는 브랜드인지

게임 내 로그 분석: 유저가 어떻게 플레이하고 있느냐

서비스 로그 분석: 유저가 서비스에 대해 만족하고 있는가, 유저가 게임을 즐기는 데 문제점은 없는가, 우리가 의도한 재미가 만들어졌는지

게임 분석 방법

“모든 분석에는 목표가 존재한다”

수익 개선이 목표일 때

* 고객의 측면에서 🡪 ARPU, DAU, MAU 등 지표 분석

유저 경험(UX: User Experience)의 개선이 목표일 때

* 플레이어의 측면에서 🡪 평균 플레이 타임, 목표 달성률 등

게임의 최적화가 목표일 때

* 시스템의 측면에서 분석 🡪 하드웨어 성능, 이동, 대응 행위, 응답률 등
* UI만 봤을 때: 가시성은 좋은지, 학습하기 쉬운지, 조작하기 쉬운지 등

다양한 게임 분석 프레임 – 재미

다음 각 항목의 의견/ 이유/ 개선 방안 기록 후 별도의 총평 정리

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 핵심 분석 요소 | 세부 분석 요소 | 설명 |
| 관계(Relationship) | Visual & Sound | 게임 실행 시 그래픽과 사운드 느낌은? |
| Power & Love | 친구와 같이 하고 싶은 지 |
| 성취감 | 성취감 느낀 적 있는 지? |
| 도전(Challenge) | 탐험 | 새로운 것에 기대감 갖는 지 |
| 경쟁 | 다른 사람을 이기거나 랭킹에 도전하고 싶은지 |
| 창조 | 나만의 전술, 전략이 있는지 |
| 학습(Learning) | 콘텐츠 | 스토리, 퀘스트 등 콘텐츠 내용은 만족스러운지 |
| 난이도 | 긴장감을 지속적으로 느낄 수 있는 지 |
| 패턴 | 플레이 반복에 지루함은 없는 지 |

게임의 완성도: 게임 출시를 앞둔 상황일 때 많이 사용

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 대 분류 | 중 분류 | 항목 | 점수(10점 만점) | 평균 |
| 완성도 | 재미 완성도 | 관계 |  |  |
| 도전 |  |  |
| 학습 |  |  |
| 콘텐츠 완성도 | 시나리오 |  |  |
| 게임 시스템 |  |  |
| 그래픽 |  |  |
| 사운드 |  |  |
| 캐릭터 |  |  |
| UI |  |  |
| 버전 완성도 |  |  |  |
| 평가 |  | 아이디어 |  |  |
| 기획 우수성 |  |  |
| 발전 가능성 |  |  |
| 시장 성공 가능성 |  |  |
| 게임 매력도 |  |  |
| 총평 |  | | | |

게임 분석하는 사람은 다양한 게임, 성공한 게임, 실패한 게임 많이 분석해 본 사람일수록 신뢰도 상승

다음 각 항복에 대한 점수 및 분석 내용 정리 🡪 ‘이 게임을 지금 출시하면 괜찮을까?’에 대한 분석

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 분야 | 세부 요소 | 설명 |
| 게임성 | 첫 인상 | 5분 내외의 게임 플레이 감상 |
| 게임 후 인상 | 다시 플레이하고 싶은지? 반복적인 재미 요소 있는지? |
| 조작성 | 조작 방식, 조작에 대한 반응, 타격감, 조작감 |
| 접근성 | 신규 유저가 쉽게 게임을 배울 수 있는지? 설치와 실행이 용이 한지? |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 분야 | 세부 요소 | 설명 |
| 시장성 | 포지셔닝 | 타겟이 명확한지? 게임은 타겟에 적합한 지? |
| 적시성 | 시장의 크기, 시장의 흐름이나 트렌드에 적합하며 타겟 시장에 대한 수용성이 충분한지? |
| 카테고리 | 회사의 이미지에 맞는 게임인지? 회사의 기존 게임과 경쟁하는 상황이 발생하는지? |
| 유료화 | 유료화 모델은 현실적이며 성공 가능한지? |
| 경쟁력 | 다른 게임과의 경쟁력은? 시장 장악 가능성 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 분야 | 세부 요소 | 설명 |
| 기획 | 완성도 | 게임 시스템의 전반적인 구성과 완성도는? |
| 독창성 | 타 게임과 차별화할 수 있는 요소? 해당 게임이 다른 게임과 구분되는 ‘Sales Point’는? |
| 경쟁 유발 요소 | 게임 플레이나 부가적인 시스템을 통해 유저가 자신을 과시할 수 있는지? 해당 요소가 다른 유저에게 경쟁심을 유발하는지? |
| 지속성 | 게임을 지속적으로 플레이하도록 유도하는 장치가 있는지? |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 분야 | 세부 요소 | 설명 |
| 그래픽 / 사운드 | 콘셉 | 전체적인 그래픽 콘셉이 타겟 유저에게 어필하는가?  전체적인 그래픽 요소들과 콘셉 과의 통일성 |
| 캐릭터 | 전체적인 캐릭터 그래픽의 수준 및 콘셉 과의 적합성은?  캐릭터가 타겟 유저에게 어필하는가? |
| 배경 | 배경은 콘셉에 맞는 최선의 퀄리티로 제작되었는가?  배경과 다른 게임 요소와의 조화가 잘 이루어지는가? |
| UI | UI의 구성과 디자인이 보기 좋은가?  이해하기 쉽고 직관적인가? |
| 사운드 | 배경 음악이 게임에 적합하게 잘 만들어졌는가?  음향 효과가 게임 상황에 맞고 몰입감을 높이는가 |

앞의 분석 툴은 어디에 적합할까? 🡪 모바일, 신규 서비스 게임, 사업성 평가, 개선 방안은 없이 순수한 분석으로 접근

그렇다면 다음 상황에 대한 적합한 분석 툴은 어떻게 구성하는 게 좋을까?

* 서비스 중인 온라인 게임의 업데이트 분석

1. 매출 지표: 어떤 상품이 주로 판매가 되는지
2. 플레이 지표: 어느 구간에서 주로 플레이하고 있는지, 어느 구간에서 유저 이탈이 가장 심한지 등

* GOTY 선정을 위한 작품성 위주의 분석

1. 작품성: 작품이 전달하려는 네러티브, 소재의 참신함, 시청각적인 작품성, 플레이 적인 형태가 얼마나 참신하냐

* 새로운 모바일 타이쿤 게임 개발을 위한 기존 모바일 타이쿤 게임의 비교 분석

1. 우리 게임이 시장에 침투할 만한 게임인가?
2. 우리 게임의 소재는 무엇인가? / 어떤 포지셔닝 할거냐
3. 경영이라는 행위를 어떻게 풀어낼 것인가 / 우리 게임이 내세울 수 있는 강점

분석에서 무엇이 필요하고, 구체적으로 무엇을 고려해야 되는가에 대해서 고민을 해야 된다

게임 지표 분석 참고 사이트 🡪 끊임없는 시장 규모 분석, 주요 기업 실적 발표 등으로 추정

1. 게임트릭스: www.gametrics.com
2. 게임노트: www.gamenote.com
3. 앱데이터: www.appdata.com
4. 앱애니: www.appannie.com
5. VGChartz: www. vgchartz.com
6. 게볼루션: [www.gevolution.com](http://www.gevolution.com)

다운로드 수 추정하는 방법 🡪 다운로드 수하고 평점하고 비교하여 평점 달린 정도를 비교하여 추정

인 게임에 들어가서 채널 안에 몇 명이 있는지(서버 구분이 없는 게임) 🡪 CU 파악 가능

게임의 대표적인 문제점들

1. 완성도 미달
2. 재미 요소 부족
3. 유저 이탈
4. 매출 부진
5. 동시 접속자 감소

이외의 문제점: 유저 유입 부분(플레이스토어에서 설치하는 것까지는 되는데 플레이까지는 이어지지 않는다), 평점 감소, 커뮤니티 활성화 수준, 커뮤니티 내 유저들의 이미지, 결제 유저는 충분한데 ARPPU가 낮을까, ARPPU는 높은데 BU Rate가 왜 낮지(과금 유저와 무과금, 소과금 유저 간의 밸런스 문제, 원하는 수준까지 이르는데 드는 비용이 너무 과다하다) 등