게임의 마케팅

과거의 게임은 한번 팔면 끝나는 형태였으나(패키지 시장) 최근의 게임은 서비스의 영역으로 접어들었다.

판매 후 사후관리 등이 중요해짐

게임 서비스의 확장

시간적 확장 – 게임 버젼의 업데이트

공간적 확장 – 게임 굿즈 판매 등

고객의 신뢰

서비스업에게 고객의 신뢰는 매우 중요한 것, 보이지 않는 것을 팔기 때문에 고객의 신뢰를 먼저 얻는 것이 필요함

서비스의 특징

무형성 – 존재하지 않는 형태의 제품, 제품의 품질을 확신할 수 없으며, 제공 후에도 만족도를 정확하게 측정하기 힘들다

비일관성 – 시간, 제공자에 따라서 품질이 시시각각 변화함

불가분성 -

소멸성 – 저장할 수 없음