



3

**MARKETING
PRZED
WYDANIEM
GRY**

3 MARKETING PRZED WYDANIEM GRY

3.1 PROMOCJA FANPAGE

Start promocji *fan page*: 4 lutego 2020

Stronę założyłem 24 listopada 2019 roku. Trzy dni później dodałem tło na stronę i miniaturkę, i na tym skończyło się podbijanie *Facebooka*. Nie robiłem nic więcej aż do 4 lutego 2020 roku, kiedy to wrzuciłem kolejny post, w którym poinformowałem o swojej stronie WWW, *Raiviken.com*. Wtedy też wziąłem się już za promocję *Fanpage* na poważnie.

Pierwszym krokiem było wykorzystanie narzędzi jakie daje sam *Facebook*, a więc wysyłanie zaproszeń znajomym, by *lajkowali* stronę. Był to najprostszy i najbardziej oczywisty dla mnie krok. Wysłałem więc 589 zaproszeń, na które odpowiedziały tylko 43 osoby. Nie ma co kryć i powiem szczerze: spodziewałem się słabych wyników, ale czy aż tak? Raczej nie.

Niemniej jednak minęło raptem kilka dni i dochodzą jakieś sporadyczne *lajki*, więc kolejnego dnia na pewno ktoś jeszcze przystanie na moją prośbę. Inna sprawa, że z tych którzy polubili *fan page*, znów skromny procent wejdzie w interakcje z moimi postami. Zatem nie spodziewam się wielu *lajków* pod postami, gdyż komentarze to w ogóle będą tak obfite jak woda na pustyni. Tego akurat jestem pewien.

Jednakże to powyższe, to tylko pierwszy krok i pora ruszyć dalej. Drugim krokiem było stworzenie mejla i zaproszenie wszystkich znajomych, do których posiadałem adresy mailowe. I co prawda poszedłem tutaj na niesamowitą łatwiznę i wręcz olałem temat. Powód był banalnie prosty i wynikał z faktu iż mam bardzo mało takich adresów mailowych. Nie chciałem się więc tutaj jakoś mocno angażować i po prostu wołałem

zainwestować swój czas, energię i uwagę gdzieś indziej. Gdzieś, gdzie mogłoby to przynieść lepsze rezultaty.

Wysłałem więc raptem kilkadziesiąt wiadomości. Może coś koło trzydziestu i byli to znajomi, którzy mieli więcej wspólnego z pisaniem książek, niż grami. Jednakże zdecydowałem się na taki krok i stworzyłem stosowną wiadomość. I tutaj, w tym miejscu, przyznaje się bez bicia iż utworzyłem ją na szybko, wręcz za szybko. Sam jej tytuł oraz treść, widzisz poniżej:

Tytuł maila: Mistaker -platformowa gra 2D

Treść maila:

„Witam;

Mam ogromną przyjemność zaprosić Cię do polubienia naszego oficjalnego fan page, gry komputerowej: **Mistaker**.

Jest to dwuwymiarowa platformówka, na temat której można znacznie więcej przeczytać na stronie **raiviken.com**, bądź dowiedzieć się na fanpage

<https://www.facebook.com/RaivikenGames>

Zachęcam do lajkowania i pozostania z nami na dłużej.

Pozdrawiam;

Ireneusz Kołodziejczyk,

członek zespołu Raiviken Games”

Nie przyłożyłem się do pracy, to fakt. W tym wypadku można było zrobić znacznie więcej. Mogłem zaplanować układ treści, wstawić grafikę i ładnie

rozmieścić tekst. Przede wszystkim jednak więcej napisać, bo nie wysiliłem się tu zbytnio i zrobiłem to bardzo słabo. Ja po prostu zrobiłem to po macoszemu i poszedłem krok dalej. Do trzeciego punktu na swojej liście budowania zasięgu strony.

Stworzyłem tekst, którym chciałem zachęcić innych, z tak zwanych okolicznych stron do wsparcia mnie poprzez lajkowanie strony, komentowanie postów, a być może i nawet udostępnianie ich. Określiłem więc strony *spotted* na *Facebooku*, z okolicznych miast, do których chce napisać, a potem doszedłem do wniosku, że wyśle do wszystkich największych miast. W końcu co mi szkodzi? Zawsze to jakiś zasięg.

Co prawda nie o taki póki co zasięg chodzi, ale od czegoś zacząć trzeba. Wysłałem do administracji dwunastu największych *spotted* w Polsce wiadomości, pytając czy nie zechcieliby wstawić mój tekst reklamowy na grupę, a tym samym promując mnie. W końcu to tylko „kopiuj-wklej”, a być może zasięg będzie większy. Wiadomość jaką wysłałem, wyglądała następująco:

Cześć.

Jestem małym developerem z okolic Rawy Mazowieckiej, działającym pod nazwą Raiviken Games i szukam rozgłosu dla swojej gry. Ciężko nad nią pracowałem przed ostatnie kilkanaście miesięcy, wkładając w to wszystkie swoje oszczędności i starając się zrealizować marzenie o własnej grze komputerowej.

Pomimo wielu trudów i niejednokrotnego załamania, graniczącego z chęcią zaprzestania dążenia do realizacji marzenia, nie poddałem się i w ostateczności udało się. Moja gra jest dostępna na Steam i czeka na swoją oficjalną premierę. Chciałbym w tym miejscu prosić o Wasze

wsparcie. Pomóżcie mi, choć częściowo zwrócić koszt produkcji gry i polajkujcie mój profil Fanpage, dostępny pod tym adresem:

<https://www.facebook.com/RaivikenGames>

Jeśli dodatkowo dodacie moją grę do whislisty, dacie mi dodatkowego „kopa”, dzięki czemu gra dotrze do większej liczby osób.

<https://store.steampowered.com/app/1234820/Mistaker/>

Dla Was to raptem kilka chwil, a dla mnie dodatkowa siła, pomagająca osiągnąć sukces. Bardzo liczę na Waszą pomoc.

Całą powyższą akcję można podsumować jednym króciutkim zdaniem: strata czasu. Jedna strona *spotted* odmówiła, a inna chciała aby wpłacić za możliwość reklamy 100 złotych, na wskazany cel charytatywny. Trzy kolejne odpisały, że muszę zapłacić za reklamę u nich. Reszta, z wyjątkiem jednego, nawet nie raczyła odpisać. Zatem ślepa uliczka. Co prawda tylko jeden *spotted* zgodził się odpisać i wrzucić post na swoją stronę, ale rezultaty były mizerne. Był tylko jeden *lajk* i nic więcej się nie działo w tym temacie. Zatem nie ma się co więcej na tym skupiać i pora pójść dalej.

Kolejnym krokiem, było stworzenie reklamy swej gry i wrzucenie jej na wszelkie grupy *Facebookowe*, gdzie zbierają się gracze, a gdzie nie zabrania tego regulamin danej grupy. Wrzucałem też info na grupy dla *game developerów*, gdyż to też w końcu gracze. Pozwoliłem sobie jednak na nieco luźniejszy ton, niż w powyższej wiadomości, gdyż atmosfera panująca na tego typu grupach jest bardziej swobodna. Mniej sformalizowana. Na grupach polskojęzycznych takie ogłoszenie wyglądało następująco:

Cześć;

Jako jednoosobowe studio, skupione pod nazwą Raiviken Games, udało mi się w końcu dociągnąć swój projekt do końca. 28 lutego będzie można go kupić na Steamie. Gra będzie dostępna na PC (oraz prawdopodobnie na Linuxie oraz Macu) opowiada losy małego krasnala, zagubionego w obcym świecie. Z naszą pomocą ma przejść przez wszystkie trzy rozległe kopalnie i znaleźć wyjście na powierzchnię. Po drodze zniszczymy część otoczenia, zmierzmy się tak z prostymi przeciwnikami, jak i bossami. Za znalezione złoto, kupimy power-upy, a za poświęcony jej czas, bezimienny krasnal, będzie mógł znaleźć bezpieczne wyjście. Sam, bez Waszej pomocy nie da rady ☺

Po wielu miesiącach ciężkiej pracy, mogę w końcu zaprosić Was na swój fanpage oraz na stronę Steam.

Mam nadzieję, że wespriecie małego developera, tak by zarobił chociaż na bułki i polakujecie Fanpage oraz dodacie grę do wishlisty²⁷, dzięki czemu zyskam trochę rozgłosu.

To co? Mogę na Was liczyć? ☺

<https://www.facebook.com/RaivikenGames>

<https://store.steampowered.com/app/1234820/Mistaker/>

<https://raiviken.com>

PS Srogiej krytyce, też nie odmówię - ale tylko tej konstruktywnej :)

²⁷ *Whishlist*, czyli lista życzeń na *Steam*, to nic innego jak dodanie gry, która jeszcze nie miała premiery do prywatnego katalogu gracza gier, w które ten chciałby zagrać, gdy tylko będzie dostępna.

Powyższe ogłoszenie (jeśli pamięć mnie nie myli) pojawiło się 11 lutego 2020, na następujących grupach:

- Indie Game Developers Polska
- Unipały MarWina
- Polski GameDev
- Indycza Grupa Wsparcia
- Indie World - grupa dyskusyjna
- GameDev Polska: Wsparcie

Feedbacka jaki zebrałem z powyższych for tyczył się tak naprawdę technicznej strony *trailera* gry. Pisano mi o tym iż „klatkuje”²⁸ i nie zachęca do gry. Drugim nie mniej istotnym zarzutem, było ukazanie zbyt dużego fragmentu gry. Nie skupiłem się na pokazaniu samych atrakcji, a na „pokazaniu jak to sobie ludzik chodzi”. O tym jednak już pisałem w samym wpisie odnośnie *trailera*.

Zastanawiając się nad treścią wiadomości, jaką chcę wstawić na grupy angielskojęzyczne doznałem nagłego olśnienia. Doszedłem do wniosku iż przyjrę się temu jak inni tworzą takie teksty i jakie budzą one we mnie emocje. Efektem tego był poniższy tekst, który jest znacznie krótszy niż powyższy i skonstruowany w trochę inny sposób. Jego tłumaczeniem na

²⁸Gdy mowa o klatkowaniu obrazu, wiedzieć należy iż mamy do czynienia z bardzo wolnym zmienianiu i wyświetlaniu kadrów obrazu na sekundę, przez co nie ma płynności obrazu i odnosimy wrażenie iż brakuje krótkich fragmentów wideo (a więc klatki), które składają się na jego płynność.

angielski zajął się *Translator Google*. W końcu jak już pisałem, nie ogarniam angielskiego na tyle dobrze, by to zrobić samemu.

Ogłoszenia innych *developerów* są krótkie i na temat, to fakt. Faktem jest też i to, że są wyprute z jakichkolwiek emocji i historii stojących za studiem. A przecież nierzadko Ci ludzie, tak samo jak ja, poświęcili wiele, a być może nawet i nierzadko więcej niż ja, by urzeczywistnić swoje marzenie. Skoro jednak oni stworzyli taki tekst, mając na uwadze barierę językową, stwierdziłem iż stworzę taki sam.

Ogólnie jednak, gdybym miał finanse na tłumacza, albo kogoś w zespole, kto potrafiłby to ogarnąć, to z pewnością napisałbym więcej. Chciałbym jednak aby taki tekst „sprzedawał” trochę więcej niż tylko „suche” informacje. Na tą jednak chwilę, naskrobałem coś takiego – w takiej postaci poszło to na grupy angielskojęzyczne:

After many months of hard work, I can finally invite you to get acquainted with Mistaker. 2D platform game.

The game will be available on PC. Check now before they buy all the copies of the game :)

<https://www.facebook.com/RaivikenGames>

<https://store.steampowered.com/app/1234820/Mistaker/>

<https://raiviken.com>

Ogłoszenie wrzuciłem na następujące grupy:

- Game Developers' Promotions for Gamers
- Indie Game Promo

- Indie Game Marketing
- GameMarketeters
- Indie Games Advertising
- Promote Your Video Games (Commercial, Indy, Kickstarters)
- Independent Game Developers
- Indie Game Devs
- Indie Game Promotions
- INDIE GAMES IN DEVELOPMENT
- Indie Gamedev Rockstars ♥
- Indie Game Developers & Players!
- Indie Game Development Feedback (IGDF)
- Indie Games Developer
- Indie Game Players & Developers! << -- tu nie zatwierdzono mej reklamy ze względu to iż “to ohydna reklama” oraz “spam”, a więc usunięto post za naruszenie regulaminu.
- Indie Game Developers ~Sunshine~
- Indie Game Area Promo
- Video Game Promo

Właśnie w tym miejscu skończyłem spraszać na swój profil przypadkowych ludzi. Co prawda niektóre z powyższych akcji nie są takie przypadkowe, gdyż pisanie po forach z graczami, to nic innego jak już reklamowanie się wśród ludzi, którzy lubią taką formę spędzania wolnego czasu. Niemniej jednak zaliczyłem to sobie do wysyłania zaproszeń na oślep, ze względu na brak *targetowania* grupy odbiorców - a tak po prawdzie, bo tak uznałem za słuszne, jak mam być szczerzy.

W tym miejscu miałem pójść znów dalej i spróbować nawiązać współpracę z twórcami podobnych gier do mojej. Liczyłem, że dzięki temu uda mi się zdobyć trochę rozgłosu, w zamian oferując info o ich grze na swoim profilu. Wraz z czasem jednak pomysł umarł śmiercią naturalną. Już brakło mi na to czasu, a być może sił. Po prostu zbyt dużo pracy, zbyt mało czasu wolnego i po prostu krok ten został pominięty. Akcentuje go jednak w tym miejscu, aby podsunąć niektórym myśl iż w ten sposób też można próbować nadać rozgłosu własnej aplikacji.

Gdy już wrzawa po moich działaniach marketingowych opadła, zdecydowałem się na płatną reklamę, co zaowocowało... jednym polubieniem strony. Pomimo tego iż zapłaciłem całą dyszkę i dotarłem do 368 osób, *fan page* polubiła tylko jedna, jedyna osoba. Słabo, nie powiem, że nie. Jednakże celem było zachęcanie do klikania w link, a nie polubienia strony, co siłą rzeczy odbiło się na takim wyniku.

Samą reklamą było nic innego, jak post tyczący się możliwości dodawania gry do *whislist*, gdyż chciałem nie tylko wypromować profil, ale także próba podbicia sprzedaży.



Zdjęcie 3.1 Jedyna płatna kampania podczas promocji Mistakera.

Te wszystkie powyższe akcje, dały mi łącznie 90 polubień. Można powiedzieć, że zdobyłem je w czasie od 07.02.2020 do 17.02.2020, do godziny 19:00.

Jak zatem widzisz powyższe działania nie tylko przełożyły się na jakieś rezultaty, ale także wyszły już poza ramy promocji samego *fan pagea*, a weszły na pole mocnej promocji samej gry.

KOMENTARZ: Od razu należy zacząć od zauważenia jednego błędu, który rzucił mi się teraz w oczy. Z pewnością więcej rzeczy mogłem zrobić lepiej, a tym samym zyskać lepsze wyniki, ale na pewno błędem było nie wysłanie zaproszeń do polubienia strony znajomym w samym *Messengerze*. *Facebook* daje taką opcję i tylko wyłącznie przeoczenie sprawiło, że tak się nie stało. W momencie wysyłania zaproszeń, pamiętałem o niej, ale byłem święcie przekonany iż jest ona niezależna i można z niej skorzystać później.