



※ 본 기사는 CMP MEDIA LLC와의 라이선스 계약에 의해 국문으로 제공됩니다

개발 후기 : Zen Studios의 *Pinball FX2*
(Postmortem: Zen Studios' *Pinball FX2*)

닐 소렌스([Neil Sorens](#))

가마수트라 등록일(2011. 08. 25)

http://www.gamasutra.com/view/feature/6469/postmortem_zen_studios_pinball_.php

*Pinball FX2*는 *Pinball FX*의 업데이트 타이틀로 인식되곤 한다. *Pinball FX*는 Xbox 360의 Live Arcade 서비스로 데뷔한 우리의 세련되지 못한 성공작이다. 우리는 게임에 덧붙일 몇 가지의 특징을 고안했고, Microsoft는 우리가 가능한 어떤 방식으로든 "NXE" 대시보드를 업데이트 하도록 지원하는데 열을 올렸다.

많은 논의 끝에, 우리는 매우 제한적인 타이틀 업데이트 정도로 후속편의 가치를 제한하기 보다는 전반적으로 전체를 다르게 하는 후속편을 만드는데 동의했다.

시간이 흐르자, 특징들이 점점 늘어났고, 출시 일자는 연기되었다. 일반적으로, 여러분이 다음 순서로 읽게 될 글은, "... 바퀴가 마차를 빠뜨리게 만든다"는 것일 것이다. 그러나, Toys의 경우에, Bob은 여분의 6개월의 공을 들여 *Star Control II*라는 걸작을 만들었고, 여분의 시간은 우리에게 게임이 어떻게 받아들여질지에 관해 큰 차이점을 발생할 몇 가지의 부가적인 요소를 만들 수 있는 기회를 주었다.

기획과 개발에 거의 2년이라는 시간을 들여, *Pinball FX2*는 2010년 10월에 출시되었고, 이것은 지금까지 우리의 최대의 성공작이 되었다.

우리에게 희소식이라고 할지라도, "잘못 한 점" 측면에 기재할 것이 그리 많지 않다는 것을 의미할 뿐이다. 우리의 이전 작업과 비교해서, *Pinball FX 2*는 전편의 게임에 기반을 두고 있었기 때문에 경험 있는 팀이 작업을 수행했고, 대부분 기존의 기술을 이용했다. 모든 면에서 위험성이 적은 프로젝트였다. 몇 달의 지연이 있었음에도, 게임은 꽤 괜찮은 것으로 판명되었다.

잘한 점

1. 제대로 된 비즈니스 모델 선정

잠재 고객이 핀볼 게임에 대한 흥미를 많이 잃었기 때문에, 우리는 가능한 한 게임과 콘텐츠를 경험하기 쉽도록 만들고 싶었다.

결국, 우리는 플레이어가 게임을 무료로 다운로드 받아서, 각각의 테이블에서 트라이얼 버전을 할 수 있도록 하였다(*Pinball FX* 에서 처럼 하나의 테이블을 해 볼 수 있도록 하는 대신에). 그리고 기호에 따라 콘텐츠를 구매할 수 있도록 하였다. 또한 우리는 총동 구매할 수준 정도의 가격을 콘텐츠에 책정했는데, 싱글 테이블은 2.5 달러(미화)로, 개발에 6 개월이라는 시간을 소요하여 모든 팀이 참여했다는 것을 감안 해 볼 때 상당히 저렴한 가격이었다.

그러나, 일부의 플레이어들은 핀볼을 좋아했었지만, 좀더 많은 콘텐츠를 원한다고 생각했다. 물론 이 부분에 대해서 증명하고자 한다. 우리의 콘텐츠 라이브러리는 이용자당 수익에 기반을 둔 전통적인 비즈니스 모델을 채택했다. 콘텐츠 생산이 좀더 어렵고 비쌌음에도 말이다.

많은 다른 형태의 게임에 적합하지 않을 수 있지만, DLC 기반의 비즈니스 모델은 이 게임에는 완벽하게 알맞았다.



2. Pinball FX 커뮤니티 고수하기

Microsoft 와 초기에 논의하면서, 우리는 우리가 후속편을 만든다면, 우리의 기존 고객이 멀어지지 않는 방식으로 하겠다고 생각했다. 예를 들어, *Pinball FX* 소유자가 *Pinball FX2*에서만 가능하기 때문에 새로운 테이블을 즐길 수 없게 되는 이런 상황을 원하지 않았다. 또는 친구들이 *FX2*로 옮겨 갔음에도 여전히 *FX1*을 플레이하고 있는 이용자가 있는 상황도 원하지 않았다. 테이블 판매에 따른 분절된 커뮤니티는 좋지 않을 뿐 아니라, 돈 잡아 먹는 후속편이라는 인식도 소비자 친화적 개발자로서의 우리의 명성에 해를 입히는 것이었다.

Pinball FX 플레이어가 *FX2*로 넘어가게 하도록 하기 위해서, 우리는 이들이 후속편으로 손해를 입는 것은 없을 것이라는 것을 확실히 해야만 했다. 그렇게 하기 위해서, 우리는 몇 가지의 특징에 대하여 기획했다 :

FX1 콘텐츠를 *FX2*로 무료로 그리고 쉽게 이동시키기

FX1 콘텐츠를 위한 기하학 및 텍스처 업그레이드

FX2 플랫폼 무료 다운로드 (테이블 구매가 필요하지 않음)

Marketplace 에서 *FX1* 을 삭제하여, 새로운 플레이어가 적절한 위치에서 게임을 시작할 수 있도록 함

우리와 Microsoft 둘 다에게 이러한 목표를 실행한다는 것은 꽤 복잡한 일이었는데, *FX1* 의 9 개의 테이블을 포함시키고, 체험판을 Marketplace 에 올리기 위해서 수십여 가지의 다른 일이 행해져야 했기 때문이다. 사실, 대부분의 “잘 못한 점”에서 주목할 만한 아이템은 결과적으로 우리가 경험했던 문제를 다루었던 부분이다.

3. Microsoft 와 긴밀하게 작업하기

2010 년 1 월, 게임 출시 이전 약 10 개월이 소요되었을 무렵, 최종 단계였다. 그러나 Microsoft 의 XBLA 팀은 우리에게 새로운 특징에 관한 몇 가지 아이디어를 보냈다. 게임의 사교성 측면을 고양시키는 것에 관한 것이라고 했다.

이들의 아이디어가 우리 게임 디자인과 비전에 얼마나 잘 맞아 떨어지는 알고서 우리는 너무나 기쁘고 놀랐다. 퍼스트 파티에게서 이러한 형태의 긴 아이디어 리스트를 받았을 때, 하나 둘 정도는 합당하며, 많은 부분은 그들의 최신 주변 기기나 독창성에 머물러 있는 경향이 있으며, 일부는 잘 계획되었으나 시기가 적절하지 않는 것이 일반적인 경우이다.

그러나, 리스트를 들여다 보고, 이것은 단지 하나의 좋은 생각이 아니라, 전체가 완벽하게 연결되어 있고, 실행할 수 있는 것이라는 것을 알게되었다. 사실, 게임 출시를 연기할 만큼 충분히 좋은 아이디어였고, 또 다시 9 개월을 이것을 구현하는데 시간을 들었다.

많은 전통적인 아케이드 게임 처럼 핀볼은 높은 점수를 얻기 위해 경쟁을 하도록 만들기 때문에 Microsoft 의 아이디어는 이 경쟁심을 어떻게 높일 것인가에 초점을 두고 있었다 : 모든 테이블의 합산된 점수는 각 테이블에 국한되어 있는 경쟁 상황을 확장시켰고, 친구의 점수를 포함한 점수와 보상을 주어진 아바타 아이템은 플레이어가 그들의 친구들을 리더 보드로 옮겨 오도록 하였다(친구와 경쟁하는 것은 모르는 사람과 게임을 할 때 보다 훨씬 재미있다); “도전” 특징은 여러분이 지고 있을 때 친구에게 메시지를 보낼 수 있게 하는 것이고, 여러분이 스스로 또는 친구의 높은 점수에 가까이 가고 있을 때 게임 내 공지 기능을 활용하는 등의 여러가지 방법들이 구현되었다.

이러한 사교적 특징은 게임을 계속해서 플레이 하는 고객과 리뷰자들에 의해서 언급되었다. 우리의 성공의 일부는 Microsoft 의 아이디어 덕분이고, 또한 최종단계에 “핀볼 플랫폼”을 수용해 준 회사의 작업 스케줄 덕분이다.

결국, 여분의 시간과 노력을 들인 우리의 의지는 Microsoft 가 우리 게임을 Game Feast 프로모션을 할 수 있도록 해 주었고, 이곳에서 며칠 동안 대시보드 소개를 할 수 있었다. 이것이 우리의 성공에 기여했다는 것에 대해서는 의심의 여지가 없다.

우리는 계속해서 XBLA 팀과 아이디어를 교환하였고, 마케팅 팀과도 할 수 있는 한 친밀하게 개발을 조정하였다.



4. 우리 스스로 마케팅과 홍보하기

XBLA 은 경쟁이 치열하기 때문에 매우 힘든 시장이다. 최근에 Microsoft 는 품질 좋은 콘텐츠를 플랫폼에 들여 오는 앞을 내다 본 전략을 구사하고 있다. 오늘날 최고의 *Shadow Complex*, *Super Meat Boy*, *Splatoon Man* 과 같은 XBLA games 와 너무나 많은 다른 게임들은 스타일, 깊이, 및 세련미에서도 놀라울 정도의 기량을 뽐낸다.

이런 환경에서, 높은 품질의 게임을 만드는 것만으로는 충분하지 않다. 대부분의 XBLA 개발자들에게 광고는 엄두도 내질 못할 정도의 높은 가격이기 때문에, 게임은 입소문으로 팔릴 정도로 많은 이들에게 주목을 끌 수 있어야만 한다. 친구들과의 경쟁에 의존하고 있는 *FX2* 의 경우에는 더욱 입소문이 중요하다. 만약 친구가 플레이 하지 않는다면, 게임의 많은 부분이 흥미롭지 않게 된다(이런 이유로, "Wizard Score" 특징 중의 주요한 목표는 친구 목록을 가지고 올 수 있는 플레이어를 획득하는 것이다).

이런 측면에서, 이윤을 내기 위한 움직임으로 게임을 홍보하기 위해서 게임 산업계의 경험 있는 PR/마케팅 종사자를 고용하기 시작했다. Microsoft 가 우리에게 며칠 동안의 대시보드 전시 기회를 주었음에도 불구하고, 우리는 우리 스스로 PR 캠페인을 했고, 주요 게임 언론에 노출되기 위하여 수백 개의 게임 사이트를 방문하여 의사소통하였다. 수 백개의 사이트에 우리 게임을 노출시킴으로써, 우리는 게임에 대한 정보를 찾고 있는 잠재 고객이 수 많은 정보와 의견을 찾게 될 것이라고 확신했다.

처음 게임 뉴스에 반응을 보인 이래, 이것은 좀더 명확해 졌다. 우리가 답변을 주어야 했던 것 중 가장 많은 불평은 “왜 더 많은 다운로드 테이블을 출시하지 않는 것이냐?”라는 것이었다. 후속작에 대한 충분한 근거를 보이기 위해서, 우리는 우리가 명확하게 의사소통해야만 했던 부분에 대해서 점수를 부여했다. 무료 “플랫폼” 접근, 예전 콘텐츠 포괄 능력, 앞에서 언급한 사교성 특징, 250 포인트 획득 캡의 폐지 등등에 대해서 말이다.

꽤 오래 걸렸지만, 우리는 중요한 부분에 대해서 정보를 얻었다 : *FX1* 콘텐츠를 활용하고, 콘텐츠의 모든 것을 시험해 보는 것에 비용이 들지만, 새로운 좋은 점을 가질 수 있다는 점에서 그만큼의 가치가 있다는 것이다.

5. 시의적절한 워크 플로우 향상

DLC 기반의 비즈니스 모델이 핀볼 게임에 이상적이라는 것이 명확해 진 후에, 우리는 우리의 워크 플로우와 테이블 스크립트 시스템을 다시 설계했는데, 신규 채용자 통합과 테이블 생산을 보다 용이하게 하기 위해서였다.

몇 개의 테이블에 대한 경험을 이미 보유하고 있었기 때문에, 우리는 플레이어의 기대 가치를 충족시키기 위해 테이블 테스트를 하고 만드는데 얼마나 많은 사람이 필요하며 얼마나 많은 시간이 걸리는지를 더 잘 알 수 있었다. 이 지식에 기반하여, 우리는 업무 리스트, 스케줄, 절차 등을 설립했고, 각각의 테이블에 적용시킬 수 있었다.

우리는 또한 각각의 핀볼 테이블이 다양한 테이블에 인력이 널리 퍼지기 보다는 각각의 테이블에 인력이 헌신할 수 있도록 팀 조직을 변경하였다. 이 변화는 각각의 테이블에 더 집중할 수 있도록 해 주었고 개별 콘텐츠의 품질에 대한 책임감을 부여해 주게 되었다.

우리는 커스텀 스크립트 시스템을 만들어서 Python 을 대체하였는데, 스크립트 시스템은 *FX1* 테이블에 처음 활용되었다. 이 시스템은 스크립트 환경을 단순화하여, 학습과 발전 단계를 더 빨리 이룰 수 있게 해 주었고, 스크립트를 목표 하드웨어에 더 효율적으로 운영될 수 있게 해주었다.

이러한 변화는 *FX2* 사전 제작이 시작되기 훨씬 전에 이루어졌다. 콘텐츠 개발과 워크 플로우 변화가 동시에 발생한 결과 비효율성이 사라졌다. 이런 발전은 *FX2* 콘텐츠 생산 동안 성과를 발휘하였고, 4 개 중의 3 개의 테이블이 새로 고용된 디자이너에 의해 만들어졌고, 게임 론칭 이전에 잘 완결되었다.

또한 우리는 제 시간에 Marvel 테이블 팩 생산을 완료할 수 있었다.

6. Marvel 과의 파트너십

Marvel 테이블에 관해 언급하자면, Marvel 과의 파트너십 또한 게임의 성공에 결정적인 역할을 한 것이라 할 수 있다. 우리가 *Street Fighter*, *Rocky and Bullwinkle*, *Ninja Gaiden Sigma 2* 등이 모두 연작으로 개발되기 전에 우리는 라이선스 소유권에 기반을 둔 테이블을 만들었다. 그리고 어느 것도 게임, 영화, 만화, 장난감 등의 분야에서 세계적으로 알려진 Marvel 브랜드의 위상과 같지는 않았다.

Marvel 과 우리는 멀티 테이블을 개발하는 장기 계약을 체결했고, *FX2* 콘텐츠 상품에 대단한 브랜드 인지력을 가져오게 되었다.

FX2 론칭 5 주 정도 후인 12 월에 Marvel 의 네 게임팩을 출시하게 됨에 따라, 우리는 플레이어에게 *FX2*를 구식의 플랫폼이라기 보다는 새로운 프리미엄 콘텐츠를 위한 플랫폼으로 생각하도록 했다.

또한 Marvel 브랜드는 닫혀 있는 문을 열어 주었다. 핀볼에만 특별히 관심이 없었던 언론이 시간을 할애해 주었고 매력적인 브랜드를 가진 상품이라는 문구를 써 주었다. 그래서 우리는 핀볼에 관해 선입견을 가지고 있었지만 Marvel 캐릭터를 좋아했던 새로운 고객을 얻을 수 있었다.

Marvel 핀볼 테이블 팩은 빠르게 잘 팔리는 *FX2* DLC 가 되었다. 테이블의 번들링이 싱글 테이블(200 에서 240 포인트, 2.5 달러에서 3 달러) 보다 금액이 더 높았음에도 불구하고 말이다.

Marvel 은 이들의 소유권을 엄격하게 지키려 하기 때문에 힘든 라이선스 중에 하나임이 틀림없다. 그러나 이들과의 제휴 업무는 큰 성과를 발휘하며 우리에게 이 브랜드 가치를 가지고 일하게 되는 것에 대한 귀중한 경험을 제공해 주었다.



잘못 한 점

1. 예전의 콘텐츠를 지지하는 것은 기대했던 것 보다 훨씬 고통스럽다.

우리의 예전 테이블이 진부한 물리 모델을 중심으로 디자인되었기 때문에, *FX2* 에 이를 활용하기 위해서, 우리는 새로운 엔진에 기반한 새로운 테이블 기하학을 만들어야만 했다. 또한 테이블은 잘 노화되지 않았기 때문에 다시 텍스처 입혀질 필요가 있었다.

몇 개의 오래된 테이블은 외주 제작되거나 회사를 떠난 개발자에 의해 만들어졌다. Python 에서 스크립트 시스템으로 이동했기 때문에(잘 한 점의 “시의적절한 워크 플로우 향상”을 참조), 오래된 테이블은 다시 스크립트 되어져야 했다. 오리지널 스크립터가 가능하지 않았다면, 이 업무는 극도로 시간 소모적인 것이 되었을 것이다.

구 버전의 활용 절차를 테스트하고 실행하는 것은 어려웠다. Marketplace 가 작동하는 방식 때문에, 우리는 FX1 업데이트 타이틀을 준비해야만 했고, 수 십가지의 콘텐츠를 함께 작업해야만 했다.

게다가, 모든 테이블의 점수를 합산하는 “슈퍼스코어”를 추가하여, 우리는 새로운 콘텐츠와 각각의 다른 구식의 테이블 시스템 스코어까지 모두 다시 밸런스를 맞추어야만 했다. 이 작업은 양이 많았을 뿐만 아니라, Rocky and Bullwinkle 테이블을 업데이트 하고 리더 보드를 재조정해야만 했을 때, 론칭 후의 문제를 야기시켰다.

마지막으로, 구버전의 디자인 때문에 우리는 로컬 멀티플레이, 로컬 하이 스코어, 나누어진 스크린 플레이 등과 같은 *Pinball FX2* 특징에 많은 부분을 추가할 수 없었다.

이러한 사실은 같은 가격에 다른 어떤 테이블 테니스 보다 괜찮은 구 버전 콘텐츠를 어떻게 판매할 수 있을까에 대한 딜레마에 빠지도록 했다. 우리는 여전히 구 버전 게임을 플레이 하고 싶어 하는 사람들에게 플레이를 할 수 있도록 해 주고 싶었고, 그래서 구 버전을 제거하는 것은 완전히 배제했다. 가격을 낮게 책정하고 싶지는 않았는데, 이것은 플레이어에게 최적의 경험을 주지 못하는 낮은 품질의 테이블을 가장 빨리 구매하라고 하는 것이기 때문이었다. 그러나 새로운 버전 보다 명확히 열등한 구 버전의 테이블에 같은 가격을 책정하는 것도 옳지 않다고 느껴졌다.

실현 가능한 완벽한 해결책이 없는 상태로, 우리는 모든 콘텐츠에 같은 가격을 책정하기로 결정했다. 새로운 최고의 콘텐츠를 리스트에서 더 높은 자리에 위치하도록 하기 위해서, 데모를 이용한 플레이어가 어떤 것을 살지를 결정할 수 있도록 돕도록 하였다.

이 문제가 여전히 지속되고 있다고 하더라도, 우리는 올바른 결정을 했다고 생각한다. 확실히 그렇다고 말하기는 어렵지만 말이다. 우리는 구 버전 콘텐츠 업데이트 특징과 인터페이스 특징을 결합하여, 각각의 테이블이 플레이어가 가장 즐거운 콘텐츠를 제공하는데 도움을 주었다는 등급을 받을 수 있기를 희망한다.

여전히 구 콘텐츠를 새 버전에 활용하도록 결정할까? 그렇다. FX1 고객을 배려하는 우리의 생각이기 때문이다. 그리고, 새 버전에 비해서 품질이 다소 좋지 않더라도, 부가적인 콘텐츠는 올해 우리가 새로운 콘텐츠를 출시할 수 있을 때 까지 플레이어를 붙잡고 있는데 도움이 될 것이다.

2. 론칭 이후에 정기적으로 출시할 콘텐츠가 충분하지 않았다.

12월에 Marvel 팩 출시 이후, 4월 Mars 테이블(이전에 PlayStation 3에 출시되었던 콘텐츠 포팅)을 출시하기 전까지 아무것도 출시할 것이 없었다. 첫번째 새 테이블 Fantastic Four는 5월 중순까지 출시되지 않았다. 이 모든 것에도 불구하고, 우리는 역사상 가장 큰 핀볼 디자인 그룹을 고용하게 되었다.

우리는 5개월의 콘텐츠 가뭄을 극복할 충분한 콘텐츠를 가지고 있었으며, 특히 우리의 비즈니스 모델은 새로운 콘텐츠 배달에 기반을 두고 있었기 때문이다.

그러나, 새 콘텐츠 리드 타임은 몇 달 더 길어졌고, 핀볼 디자이너는 쉽게 들어오지 않았다 : 그렇다 하더라도, 게임이 개발하는데 얼마나 자본이 투입될지를 모르는 채로 장기간 콘텐츠를 개발할 필요 인력을 고용하는 것은 도박인 것 같았다.

게임이 출시된 이후로, 우리는 우리의 핀볼 그룹을 확장했다. 그리고 기대되는 콘텐츠 출시 일에 놀라움을 주면서 지금부터 매월 멀티 팩을 출시하고자 하는 목표를 세우고 있다.

3. 예산과 스케줄 실패

일전에 언급했듯이, 우리는 9개월이나 개발 프로젝트를 지연했다. 자연스럽게, 이것은 예정되었던 예산을 넘어선 지출을 하게 했고, 기대했던 수익을 지연시켰다.

Microsoft가 제시했던 특징을 실행시키기 위해서, 우리는 재 디자인이 필요했고(다시, Microsoft로부터 피드백을 받아서), 이러한 특징을 지원할 전체 UI를 다시 작성했다. 프로젝트 시작과 더불어 수행했던 것이 충분하다고 생각했지만 기본 시스템이 그렇게 하기에 적합하지 않았기 때문이다.

이런 종류의 지연은 충분히 위험을 감수할 수준이었고, 비용과 스케줄의 초과는 일부 스튜디오에게는 고난이 되었음에도 불구하고, 새로운 특징은 Zen과 같은 사설의, 자기 자본의 개발사가 화난 주주나 걸핏하면 제재를 가하는 퍼블리셔의 걱정없이 업무를 할 수 있는 기회를 주었다. 이렇게, 지연에 관한 이슈는 주요한 걱정이라기 보다는 부차적인 것에 가까웠다.

4. 개별 DLC 업데이트는 엄두도 내지 못할 정도로 비싸다.

버그와 밸런스 이슈는 계속해서 발생하는 작은 문제이다. 그리고 이것들은 효율적으로 처리하기 어렵다. 우리의 핀볼 테이블은 너무 복잡하기 때문에, 그리고 모든 가능한 시퀀스와 바운스를 테스트 하는 것이 불가능하기 때문에, 우리는 다른 개발자가 하는 것 처럼, 때로는 발견되지 않은 버그를 가진 채로 출시하게 된다.

우리의 상황을 특히 어렵게 만든 것은 우리가 출시한 개별 테이블이 본질적으로 자립형 게임이라는 것이다. 대부분의 다운로드 콘텐츠 형태 보다 버그가 더 많은 경향이 있다는 것이다. 테이블이 잘 판매되더라도, Microsoft 의 인증을 받고 싱글 테이블 테스트에 대한 패치를 하는 것에 막대한 비용이 들어간다. 테스트/인증 비용이 싱글 DLC 수익보다 상대적으로 높기 때문에, 우리는 초반에 이미 이 비용을 감내했다. 그러므로, 멀티플 테이블을 다루는 업데이트를 출시할 수 있을 때 까지 버그를 그냥 내버려 두어야만 한다.

이 접근법의 긍정적인 면은 콘텐츠를 현재 가격으로 공급할 수 있도록 만들어 준다는데 있다. 단점은 플레이어가 문제가 해결된 버전을 이용하기 까지 오랜 시간을 기다려야만 한다는 것이다.



5. 핀볼이다.

PR 이 잘 이루어졌다고 하더라도, 주목할 만한 몇 가지 실패가 있었다. IGN 은 게임 리뷰 포스트에 관해 전혀 개의치 않았는데, 좀더 널리 퍼진 이슈가 있었다 : 많은 다른 사이트 들은 핀볼에 관해서 리뷰를 작성하기를 좋아하지 않았다는 것이다. Game Feast promotion 기간 동안 출시되었던 다른 게임이 Metacritic 에 수 많은 리뷰를 가지게 되었다 :

Pinball FX2 -- 24 리뷰(88 점)

Comic Jumper -- 45 (74 점)

Super Meat Boy -- 50 (90 점)

우리는 비슷한 경향을 리뷰 점수에서도 보았다. 게임 리뷰에서 우리가 보았던 가장 큰 불만 중의 하나는 (그리고 후속 콘텐츠 출시의 리뷰에 관해서도) “핀볼이다”라는 것이었다.

낮은 리뷰 점수와 줄어든 커버리지와 같은 불만은 이해할 만하다. 소수의 게이머가 이 장르에 흥미를 가지고 있다는 점을 감안하면 말이다. 핀볼 게임은 절대 엄청난 블록버스터 히트를 하지는 못할 것이다. Youtube 에서 “좋아요”보다는 “싫어요”가 Marvel 주제를 가진 테이블에 더 많다는 것은 일반적이다. “핀볼? WTF 가 이것인가? 어떻게 이런 캐릭터가 MvC3 에 없나?”와 같은 코멘트도 일반적이다.

이 동전의 다른 면은 핀볼이 서비스가 충분하지 못한 시장이었기 때문에, 싸고, 품질 좋고, 특징이 풍부한 콘텐츠로 장르를 부활시키고자 했던 우리의 노력이 우리가 출시한 모든 테이블을 구매한 열정적인 팬의 관심을 끌었다는 것이다.(감사!)

결론

*Pinball FX2*는 게임의 품질이나 깊이 측면, 리뷰 스코어, 긍정적인 고객 평가, 판매 측면에서 최고 수준을 나타내고 있다.

많은 요인이 이 성공에 기인하였다 : 이전의 두 개인 핀볼 게임에 대한 경험, Microsoft 와 제휴사인 Marvel 과의 좋은 업무 관계, 출시 이전 PR 효과, 플레이어의 좋은 피드백, 게임의 중요한 특징을 위해 적당하고 올바르게 위험을 감수하고자 했던 의지 등.

자연, 일시적 하락 및 다양한 문제에도 불구하고, 우리는 우리가 이룬 것에 자랑스럽다. 그리고 내년엔 새로운 콘텐츠로 이 성공을 이어가고 싶다.

또한 뒤에서 올바른 결정을 하게 해 주고, 파트너십을 맺게 해 준 우리의 비즈니스 개발 대표 Ryan Peterson 에게 큰 소리로 감사를 전하고 싶다.