



※ 본 기사는 CMP MEDIA LLC와의 라이선스 계약에 의해 국문으로 제공됩니다

솔직하고 친절해 저라 : 인디 개발사를 위한 마케팅과 PR
(Be Honest, Be Nice: Marketing And PR For Indie Developers)

앤드류 제이. 스미스([Andrew J. Smith](#))
가마수트라 등록일(2011. 12. 21)

http://www.gamasutra.com/view/feature/6574/be_honest_be_nice_marketing_and_.php

인디 게임 개발이 성장하고 있는 가치의 회귀를 요즘 보고 있다. 원하는 게임을 만들기 위해서 재능있는 많은 사람들이 혼자 작업하거나 작은 팀을 이루어 작업하고 있다. 이렇게 재미있고, 상업적으로도 성공한 게임을 독립 개발자가 많이 만들고 있었던 적은 아직 없었다.

게임을 직접 소비자에게 전달 할 수 있는 장벽을 낮춘 디지털 덕분인데, 많은 사람들에게 새로운 기회를 제공할 수 있게 되었다.

인디 개발자로서 살아가는 일은 엄청나게 어렵고 사업을 운영하는 능력도 좋지 않다. 마케팅, PR, 사업계획, 회계 및 “법률용어”에 익숙해 지는 것 등 이 모든 것이 우리가 다른 회사에서 일하는 동안에는 별도로 관심을 가지지 않은 종류의 일들이다.

내가 게임 회사를 떠난 이유 중의 하나는 나 자신을 좀더 개발시키기 위해서였다. 정확하게는 좀더 내가 할 수 있는 것을 확장시키기 위해서였다.

1년 반 정도, 나는 기억하기 어려울 만큼 새로운 많은 것을 배웠다. 그러나 이 중에서도 나는 마케팅과 PR이라는 독립 게임 개발자로서의 삶을 흥미롭게 만들어 주는 것에 대한 식견을 가지게 되었다.

(코딩 능력이 없는) 한 사람의 스튜디오라는 사실을 기억해라. 나는 iPhone에 성공적으로 몇 개의 타이틀을 론칭했다([Crunch: The Game](#)은 첫번째 작품으로 Rory Kelly가 코드 작업을 했는데, 수학 퍼즐 게임이었다. [Hard Lines](#)는 iPhone과 iPad용 두 번째 게임으로, Nicoll Hunt와 함께 개발하고 만들었다.). 그리고 시험적으로 PC 개발 세계에도 발을 들여 놓았다.

내가 여기서 말하고자 하는 것은, 내가 마케팅 예산이 없었으며 내 회사의 자산은 나 뿐이었다는 것이다. 우리는 불가피 하게 이 단계에서 연결 고리를 가진다. 다음과 같은 상황을 생각해 보라. 나는 Brundle 박사의 텔레포트를 타고 싶었고, 내 회사는 나와 함께 생동하고 있다. 결과는... 특별하다.

PR과 마케팅의 목적은 무엇인가?



여러분의 목적은 여러분의 게임에 헌신하는 소비자 군을 만들고자 하는 것이다. 여러분의 생산품과 브랜드는 그들에게 어필해야만 하고, 여러분은 그들과의 대화를 가능한한 오픈해야만 한다.

여러분은 여러분이 믿고 있는 게임을 만들어야 하고, 소비자가 그것을 믿게 할 수 있어야 하며, 그런 다음 그들에게 함께 하자고 격려할 수 있으며, 관련있는 피드백이나 의견으로 여러분을 지지할 수 있게 해야 한다.

여러분은 자신 스스로 만든 플랫폼 홀더가 되기를 원하고 있으며, 주변의 사람들과 시장이 이를 따라 주기를 바란다. 이것의 문제점은 다른 플랫폼 홀더가 방해를 한다는 것이다. 그러나 그 이상의 일들도 항상 있다.

어필

인디 개발자로서, 여러분이 계속 고민해야 할 주요한 것 중의 하나는 여러분이 개성을 가지고 있다는 것이다. 이 개성이 여러분 것일 필요는 없지만, 내가 만든 Spilt Milk는 확실히 내 것이다. 여러분은 강하고, 일관된 목소리를 가지고 여러분의 메시지를 전달하고자 해야 한다.

사람들이 여러분이 말하고 있는 것을 알고 신뢰한다면, 그들이 일관된 의견 때문에 이것에 익숙해 진다면, 그들은 당신과 연계된 것들을 좋아하게 될 것이다. 이것은 여러분이 승선시키고 있는 관계이고, 여러분은 좀 더 많은 개성과 영향력을 줄 수 있는 능력을 가져야 한다. 여러분이 여러분의 고객과 밀접하게 연계되어 있기 때문이다.

이것이 의미하는 바가 무엇일까? 어떠한 PR 업체도 당신과의 인터뷰 동안 알아 낼 수 없고, 어떠한 대표도 대중에게 부정적으로 영향을 줄 수 있기 때문에 멍청한 비디오를 온라인에

게시하지 말라고 말해 주지 않는다.

나는 내 회사를 만들고 진정한 메시지를 가지고, 애중에게 일관된 모습을 보여주고자 한 일이 쉬운 일이었다고 생각한다. 여러분은 같은 일을 할 수 있다. 그러나 이것은 여러분의 방식이 아닐지도 모른다. 여러분은 어쩌면 여러분의 회사를 나타낼 편안한 방법을 찾을 지도 모르겠다. 어쨌든 이 방법으로, “여러분의 메시지를 전달하라”는 문구를 사용할 때 여전히 나는 움츠러든다. 많은 인디가 피하고 있는 비방받는 사업 문구 중의 하나이고, 이것을 사용하기 싫다는 사람들이 많다는 것은 창피한 일이다. 여러분이 이러한 사람 중의 하나라면, 여러분의 입장을 바꾸기를 바란다. 메시지는 중요하다. 여러분의 메시지는 특징이 있고, 독특하며 흥미롭다. 각오를 하고 이것을 이용해 보라. 이것은 모든 사람들과 당신을 차별화 시켜 줄 유일한 것일지 모르며, 무엇보다 이것은 공짜이다.

대화 시작하기

어떻게 대화를 시작할 것인가? 웹사이트의 뉴스 레터 (게임에 비슷한 버튼을 두고)를 받게 하는 것은 확장될 가능성이 있다. 여러분의 목소리에 귀를 기울이게 하는데 더 기능을 하고, 실제로 대화를 시작하게 하는데는 영향력이 적다. 그래서 트위터는 이것을 시작하게 훨씬 더 좋다.

트위터에 마케팅과 PR에 효과적인 많은 말들이 적혀있다. 그러나 나는 여전히 회사나 개인 개발자가 이것을 효과적으로 이용하고 있지 않다고 본다. 내가 줄 수 있는 가장 간단한 최선의 충고는 여러분이 매일의 개발 과정에서 하는 모든 것이 누간가, 어딘가에서 흥미롭다는 사실이다. 여러분은 단지 그들을 찾아 내기만 하면 된다.

이 글을 읽고 있는 많은 사람들이 내 자신을 과장시키고 있다고 생각할 것이라고 생각한다. 이것은 매우 자기 중심적이고 자만심이 가득 찬 행동이다. 여러분이 옳을지도 모른다. 그리고 여러분이 내 충고를 따르고 싶지 않을 수도 있다. 그러나 이것을 들어보라. 만약 여러분이 여러분이 하고 있는 것이 사람들에게 흥미를 주고 있다고 생각하지 않는다면, 왜 그것을 하고 있는가?

여러분은 어떤 지점에 이르러서 여러분이 작업한 것을 무엇이 되었건 간에 팔아야 할 것이다. 간단하게 여러분이 그렇게 해야 먹고 살 수 있다. 사람들이 흥미로워하지 않을 것이라는 태도로 프로젝트를 시작하게 되면, 프로젝트의 결과는 결국에는 의문 투성이가 된다.

만약 여러분이 소셜 네트워크에 무료로 컨셉의 일부를 적어 놓고 긍정적인 반응을 얻지 못하게 된다면, 여러분은 정말 여러분이 계획하고 있는 것이 호소력이 있는 것인가를 되돌아 볼 필요가 있다.

이제, 여러분은 여러분의 고객이 말하고 있는 것에 관심을 기울일 필요가 있다. 여러분의 게임에 대한 모든 의견에 공감하고 협조하라는 것은 아니다. 최소한 그들의 말에 고심할 필요는 있다는 것이다. 건방진 왕크와 “당신은 미쳤어”와 같은 것은 트위터로 충분할 것이다.

분명히, 여러분이 이 대화를 위해서 선택할 수 있는 채널은 다양하다. 그러나 핵심은 같다.

여러분의 고객이 일방향적인 대화라고 생각하게 된다면, 그들은 그들과 의견을 주고 받을 수 있는 누군가를 찾아 떠나고 듣기를 멈출 것이다. 그들을 위한 선택이 부족하지 않다는 것이다. 그래서, 일단 여러분이 고객에게 관여하고, 여러분의 이름을 알리기 시작했다면, 여러분이 알고 있는 것을 알리고 사람들에게 이것을 확산시켜야 하는 일이 당연하지 않겠는가? 여러분의 충성스럽고 열광적인 팬 베이스는 의심할 여지없이 그들의 친구들에게 말하는 것을 주저 하지 않을 것이고, 여러분이 말하는 모든 것이 전파될 것이라는 것은 당연하다. 이러한 일은 *Hard Lines* 때에 수도 없이 발생했고, 심지어는 이 작은 요소가 트위터에 소요했던 모든 시간을 가치 있는 것으로 보여지게 해 주었다.

여러분이 할 수 있는 일은 더 있다. 분명히, 유명한 웹사이트에 리뷰를 올리는 것은 여러분의 게임을 알리는데 좋은 방법이다. 나는 이것을 다음 파트에서 나누고자 한다: 리뷰의 관련성과 도달성은 전적으로 당신이 선택한 플랫폼에 달려 있다.

리뷰 커버리지를 얻는 방법

여러분이 Touch Arcade의 5점 만점 리뷰를 통해서 iPhone 게임의 판매를 촉진하고자 한다면, 실망할 것을 준비해라. *Hard Lines*에서 보았던 별점 리뷰에 대한 내 경험을 토대로, 이것은 전혀 관련성이 없다는 것을 말할 수 있다. 우리는 약간의 판매 증가를 보았지만, 이것은 일주일만 지나면 자연스럽게 선택율이 떨어진다는 사실에 의해 곧 평가되었다. 결국 하루 이상 영향을 미치지 않았다.

iPhone 소비자는 전통적인 방식으로 게임을 즐기는 사람이 아닌 것이 분명하다. 리뷰는 영향을 줄 수 있겠지만, 유명한 차트에 게임을 올린다고 해서 소비자가 선택하지는 않는다. Applr과 같은 레벨의 어떠한 차트도 도움을 주지 않는다.

물론, 나는 저명한 고득점 리뷰를 받지 못한 품질 좋은 게임을 비교할 데이터는 없다. 그러나 내 직감으로 말하건데 Touch Arcade와 Pocket Gamer와 같은 “코어 유저”가 긍정적인 커버리지를 주는 것과 상관없이, 여러분은 성공을 위해 선택해야 할 다른 장소를 찾아야 한다는 것이다. 광고, 퍼블리셔와의 파트너십, 다른 제품과의 크로스 프로모션, 킬러 앱 아이콘 및 여러분의 선택된 고객에게 특히 어필하기 위해 만들어진 게임 등 모든 것이 리뷰 점수 보다 판매를 올려주는 데 도움을 줄 것임이 틀림없다.

여전히, 리뷰 커버지를 얻는 내가 아는 가장 좋은 방법(좋은 게임을 만들어야 하는 것 외)은 친근해 지는 것이다. 또는 리뷰어들과 이야기 할 때 적어도 친근한 용어로 말하는 것이다. 많은 사이티는 여러분이 그들의 이메일 주소를 찾을 수 있도록 해 줄 것이고, 트위터와 다른 것들이 도움을 줄 것이다.

괴상해지지 말고, 몰래 접근하지 말고 스팸 메일을 보내지 말아라. 그러나 확실히 누가 어떤 종류의 게임을 좋아하는지 알아 내고, 그들이 어떤 플랫폼을 커버하고 있는지, 어디서 일하고 있는지 (대부분의 게임 저널리스트는 다양한 사이트와 출판사에서 일한다), 그리고 누구와

연락하고 있는지를 알아 내라. 여러분이 작업하고 있는 것은 함께 일하는데 흥미를 줄 수 있는 좋은 일임을 가정해라. 최고의 게임이라고 생각하지 말고, 그들이 여러분이 말하고 있는 것을 알고 싶어할 것이라고 가정해라.

이렇게 하는데 많은 시간이 걸린다. 그들이 바로 연락을 취할 것이라고 기대하지 말아라. 그러나 그들이 관심을 가지지 않는다고 해서 포기하지 말아라. 그들은 단순히 말해서, 지금까지 발견된 호모 사피엔스 중 가장 바쁜 유형일 뿐이다.

그들에게 유용한 정보를 계속 보내면 여러분은 응답을 받게 될 것이다. 포기하지 말아라. 그러나 화가 났다고 밀어 부치지 말아라. 여러분이 가장 유용하다고 판단한 몇 가지의 특별한 아이템을 독점적으로 주어라. 그리고 여러분 스스로를 이용해라. 시의성이 떨어지고 중요하지 않으며 반복되는 정보는 유용하지 않다. 관련된 뉴스와 흥미로운 콘텐츠를 보내라. 그들의 직업은 최고의 것을 골라서 사람들에게 보여주는 것이다. 그들의 일을 보다 쉽게 만들어 줄 수 있게 해라. 그러면 그들은 당신에게 고마워할 것이다.

여러분이 코어 시스템에 코어 게임을 출시할 것이라면 (이를 태면 PC에 슈팅 게임), 나는 리뷰 스코어가 iPhone이나 더 캐주얼한 플랫폼에서 판매에 영향을 주는 것 보다는 훨씬 큰 영향을 줄 것이라고 생각한다. 그러나 이것을 뒷받침할 데이터는 없다.

내가 분명히 보여줄 수 있는 것은 누가 여러분의 시장에 있는가를 깨닫는 것에 대한 중요성이다. 지식의 덩어리를 알아 차리고 행동하는 것은 무엇 보다 중요하다. 나는 여기서 몇 종류의 음모를 파 해졌다고 느껴진다. 내가 언급한 것에 대해서 이야기 하는 사람을 거의 보지 못했기 때문이다. 나는 사람들이 이것을 좀더 심각하게 여기기를 바란다.

누가 여러분의 청중인가? 비밀은 당신에게 아무것도 말해 주지 않을 것이다.

Who is Your Audience? The Secret Nobody Will Tell You

직설적이어야 할 시간.

여러분의 고객은 여러분의 청중이 아니다.

또는, 조금 덜 혼란스럽게 말해서, 누가 여러분의 청중인가를 묻기를 그만 두어라. 여러분은 다른 질문을 할 필요가 있다 :

“누가 여러분의 잠재적인 청중이 여러분의 게임에 접근하나 노출되는 것을 콘트롤 하는가?”

나는 여러분이 혼자 힘으로 TV로 게임 광고를 할 만큼의 자금을 가지고 있지 않다고 생각한다. 여러분이 모든 것을 해 줄 퍼블리셔를 가지고 있다면, 이것 역시 괜찮다. 그러나 그들은 여러분의 청중이 누군인지를 알기 때문에 당신을 빠져나가서 성공을 가질 것이다. 그리고 다시, 그들은 여러분의 역작을 플레이 할 특권을 가진 사람이 아니다.

여러분의 목표 청중은 플랫폼 홀더 이다.

선전되었던 거짓말은 여러분의 플레이어가 있는 시장이 필요하다는 것이었다. 이것은 진실이 아니다. 그들은 이미 플레이를 하고 있기 때문이다. 그리고 사실, 플랫폼 홀더의 허락 없이,

여러분은 효과적인 잠재적 고객을 위한 시장에 접근할 수 없다. 플랫폼 홀더 (마이크로 소프트, 닌텐도, 애플, 소니, 아마존, 구글, 스트림 등등)는 여러분의 성공에 대한 열쇠를 가지고 있다.

이것은 여러분이 여러분의 팬에게 관여했던 일을 무효화 하지 않는다. 나는 이 글의 처음부터 줄곧 힌드를 줬다 : “여러분은 전부 여러분 스스로의 힘만으로 플랫폼 홀더가 되고 싶다”.

Mind Candy는 *Moshi Monsters*를 만들었지만, 여러분은 다른 개발자의 성공 스토리에 주목할 수 없다. 여러분의 힘으로 플랫폼 홀더가 되어라, 그러면 여러분은 여러분이 절대 꿈꾸지 못했던 것을 이룰 수 있다. 그러나 나머지 우리 대부분을 위해서, 우리는 시스템 내의 규칙 안에서 플레이 해야만 한다. 문제는 대부분의 사람들이 어떤 규칙을 따라야 하는 지를 모른다는 것이다.

만약 마이크로소프트가 키넥트를 몰아 부치는 방향으로 움직인다면, 여러분의 다음 게임에 이것을 판매할 만한 내용을 제공해라. 만약 애플이 다음 OS 업데이트를 몇 달 안에 할 예정이라고 공표한다면, 똑똑한 개발자들은 기존의 게임에 이것을 이용할 방법을 고안하고 적용할 것이다. 업데이트를 흥미롭고 적당한 방식을 활용해야 한다.

소니의 Vita는 개발자에게 실험을 고무시키는 흥미로운 특징 투성이다(가령, 후면 터치 패드). 가서 해 보아라! 엄지와 네 손가락 사이에 디바이스를 놓는다는 것에 대한 인터랙션이 영향을 주는 게임을 만들어라. 이렇게 하면 소니의 매니저는 주목하게 될 것이다. 이 입력 방법은 어떤 다른 하드웨어에서도 경험해 보지 못한 것이고, 게임은 그 자체로 특징이 있다. 그들은 당신을 매우 지지하게 될 것이다.



여러분의 색다른 게임 스타일은 플랫폼 홀더에 관심을 줄 것이다. 1, 2초 만에 그들에게 영감을 주고, 여러분이 플랫폼 홀더의 메시지에 기여 할 수 있다는 것을 피력해라. 여러분은 그들의 의도를 알고, 상황을 이해하며 콘텐츠를 만들 수 있다. 이것은 그들에게 당신을 끌어 오도록 할 것이다.

심지어 이 아이디어는 세컨 파티 퍼블리싱 계약(많은 인디가 원하지는 않지만)을 하게 할 수도

있는데, 쇼핑 책자의 첫 페이지의 프로모션 광고와 같은 간단한 것은 여러분이 스스로 관리할 수 있는 것보다 훨씬 높은 판매를 이루게 해 줄 것이다.

다른 방식으로, 여러분의 훌륭하고 멋진 게임에 지렛대나 지지할 곳이 없는 상황을 생각해 보아라. 오직 수 많은 시간과 돈을 주어야 할 수 많은 스텝만 있을 뿐.

다가 올 출시품을 분류할 때 따라야 할 공식적인 절차가 있을 것이다. 그러나 이것은 두 가지의 범주로 모든 게임을 몰아 넣는 시작일 뿐이다. 그들의 메시지에 공헌하는 것과 그렇지 않는 것, 여러분의 게임은 이 현실을 고려하지 않았다면, 후자에 속할 것이다. 많은 게임이 이 범주에 속하게 될 것이다. “발견될” 기회와 프로모션은 급속히 떨어진다.

물론, 위의 모든 것은 여러분의 기질에 맞지 않는 것 같을 수 있다. 여러분이 필요하지 않다면 이와 같은 방향으로 게임을 밀어 부칠 필요가 없다. 그러나 여기에 어려움이 있다. 여러분은 그럴 필요가 있다. 여러분은 항상 다른 사람 보다 낫다고 생각하지만, 우리 대부분은 단순하게 이것을 성취할 수 없으며, 적어도 회사의 성장이 초기 단계에 있는 한 그렇다. . Epic, Valve, Bungie, Infinity Ward, Blizzard, Naughty Dog 등등의 회사는 이 접근법을 이용했다. 여러분은 그들이 점령하고 있는 영역에서 경쟁할 수 있는가?

그래서 어떻게 당신은 이 거인들과 맞서서 관심을 받을 만한 위치를 취하겠는가? 여러분의 게임은 그들이 최신의 진보를 뽐낼 수 있는 비교물이 될지도 모른다. 그러나 그들은 이것에 관해 말하지 않을 것이다.

네트워킹 : 이것은 단순히 먹고 마시며 즐기는 대화가 아니다.

몹시 고통스러운 세부사항에 대하여 이야기 해야 할 또 다른 토픽이 있다. 그러나 나는 이 것에 대한 중요성을 밝히고 싶다. 사업 발전과 관계 구축이라는 점에서 중요할 뿐 아니라 여러분의 팬과의 자연스러운 대화 확장이라는 점에서도 중요하다.

규칙 1 : 친절해라.

여러분이 친절하고, 개방적이고, 정직하지 않다면, 사람들은 곧 알아차릴 것이다. 이번 주 또는 올 해는 일어나지 않을 수도 있지만, 언젠가 갑자기 이것은 당신의 영덩이를 물어 버릴 것이다. 정직한 사람이 되고 그것을 여러분의 일에 확장시키는 것이 단연코 더 쉬운 길이다. 왜 거짓말을 하려고 애 쓰는가, 또는 여러분이 그렇지 않은 척 하려는가? 이것은 일을 복잡하게 만든다.

고객 A에게 무엇을 말했나? 그것은 지난 주 인터뷰에서 취했던 상황과 모순적인가? 정직해 지라는 것은 여러분이 절대로 어떤 정류에 관해서 걱정을 할 필요가 없게 될 것이라는 것을 의미한다. 심지어 여러분이 스스로를 모순적이라고 할 지라도, 여러분이 사실에 대해서 정직했다면, 누구도 개의치 않을 것이다.

여러분의 태도를 일관적으로 가지고 간다는 것과 결합시켜라. 이것은 사람들이 당신에게 다가가는 것을 편안하게 만들어 줄 것이다. 여러분의 의견을 묻고, 그들에게 소개하고 친구를

믿는 일. 이 모든 것은 당신이 괜찮은 사람이기 때문이다. 이것 보다도 더 어려운 일은 없다. 어떤 자질도 필요하지 않고, 어떤 전문성도 필요하지 않다. 그렇다는 느낌을 주는 감정이다. 여러분은 어떤 변명도 할 수 없다!

규칙 2 : 항상 예라고 말해라.

어떤 사람이 당신이 잠재적으로 협력에 관심이 있느냐고 물어본다면, 그렇다고 답해라. 누군가가 당신에게 어떤 일에 대해서 이메일을 보내도 되겠냐고 물어본다면, 그럴 시간이 없을 지라도, 그렇다고 답해라. 거드름 피우지 말고 사람들의 시간을 낭비하지 말아라. 이것은 괜찮아 보이지 않는다. 당신에게 기회를 준 세상에 기회를 주어라.

“이것 보다 더 중요한 것이 무엇일까? 유용한 어떤 일을 할 수 있는 자리에 오르게 될 것인가를 의심스럽다”고 생각했을 때, 나는 시간의 중요성을 잃었다.

다시, 여러분이 어떤 혜택을 보기 전까지 몇 달의 시간이 걸릴지도 모른다. 그러나 꼭 발생한다. 여러분은 여러분 스스로의 운을 만들고 있다. 여러분이 다시 값을 수 있는 모든 기회에 카르마를 주어라. 처음에는 그저 사람이 괜찮다는 생각을 하게 되지만, 나중에는 사업을 함께 할 수 있게 된다! 그래서, 여러분은 좋은 사람이 되어 좋은 관계를 가져야 한다.



규칙 3 : 트위터에 안착해라.

내 개인적인 경험으로 위의 모든 것을 위해서 트위터를 도구로 활용하라고 말하고 싶다. 이것은 유사한 흥미를 가지고 있는 유용하고 괜찮은 사람들과 연락을 하게 만들어 주고, 이들과의 연계성을 가지게 해 준다.

불가피한 실제의 만남이 이루어 질 때만 강화될 수 있는 네트워크를 구축하게 해 준다. 이것은 정말 놀라운 도구이고, 재미있는 고양이 비디오를 리트윗할 때, 나는 트위터에서 직접적으로 얻게 될 유형의 기회에 대해서 기억하게 된다.

트위터는 여러분의 팬과 대화할 수 있는 최선의 길이며, 여러분의 의견을 확장시켜 도달할 수 있게 해 준다. 매일 새로운 팔로워를 가지는 것인 어렵지 않으며, 여러분이 무작위로 대화를 이용한다고 해도, 여러분이 개방적이고 정직하며, 여러분이 하고 있는 흥미로운 모든 것을

공유하고자 한다면, 여러분은 수 천명에게 즉시 도달하게 될 것이다.

결론

Hopefully this has been a useful read. My aim was to sprinkle my own experiences over a base of genuinely pertinent information, forming a Chocolate Sundae of PR and marketing advice for the aspiring independent developer. I could keep on and on about the things I've learned, but as I've said there are a few key thoughts that I absolutely must repeat here. Because I don't trust that they've sunk in.

바라건데, 이 글이 유용했으면 좋겠다. 적절한 정보를 주는데 내 경험을 이야기 하고자 한 것이 내 목적 이었다. 독립 개발자에게 PR과 마케팅의 중요성에 대해 충고하고 영감을 주고자 하였다. 내가 배운 것에 대해서 계속해서 이야기 할 수 있지만, 여기서 반복해야만 하는 핵심적인 몇 가지가 있다고 말했다. 이것은 반드시 회자되어야 하기 때문이다.

관찰은 사람이 되어라.

여러분의 팬 뿐만 아니라 플랫폼 홀더에게 마케팅하라.

트위터를 이용하라.

여러분의 목소리에 자신감을 가져라.

대화를 해라.

여러분이 하고 있는 모든 것이 누군가에게, 어딘가에서 흥미로울 것이라고 믿어라.