

# شگردهای تبلیغاتی در صنعت با

علیرضا جعفری

در شماره قبل چند راهبرد تبلیغاتی را توضیح دادیم که در فرایند ساخت بازی به دیده شدن بهتر شما کمک می کنند. حال باید چندین راهبرد هم برای بعد از ساخت بازی و به منظور تبلیغات در نظر بگیریم. یکی از بهترین و هدفمندترین راهکارها برای بیشتر دیده شدن، استفاده از سکوهای بارگیری بازی و نرم افزار برای تبلیغ است. به این صورت که در صفحه اول سکو، به صورت برنوشته ای (بنری) بزرگ، بازی شما تبلیغ شود یا در صفحه ای مخصوص، درباره بازی شما، با بازی کنندگان (گیمرهای) مطرح گفت و گو شود. علاوه بر این، در قسمت جست و جوی بازی های دیگر، بازی شما به عنوان بازی مشابه نمایش داده شود و مخاطب با کلیک روی آن، به صفحه نصب بازی هدایت شود. از طرف دیگر، می شود در سکوهای پخش فیلم، در ابتدا و خلال فیلم، تبلیغات نصب بازی شما به نمایش درآیند تا بیشتر دیده شوید. از طریق



بخوان

Digital Marketing

# بازی

یکی از بهترین و هدفمندترین  
راهکارها برای بیشتر  
دیده شدن، استفاده از سکوی  
بارگیری بازی و نرم افزار برای  
تبلیغ است. به این صورت که  
در صفحه اول سکو، به صورت  
برنوشته ای (بنری) بزرگ،  
بازی شما تبلیغ شود

در مثالی دیگر، که سبک رانندگی است،  
می توان از شبیه سازهای رانندگی برای بازی  
در محیط های عمومی استفاده کرد و بازی  
همان جا هم به فروش برسد.

در این روش ها می توان از تابلوهای تبلیغاتی  
محیطی (آگهی نما) نیز استفاده کرد تا در  
سرتاسر شهر، با خلاقیت خاصی محصولات  
مرتبط با بازی شما را به فروش بگذارند. استفاده  
از ماشین های خودپرداز (وندینگ ماشین) نیز  
می تواند برای فروش محصولات مفید باشد.  
علاوه بر موارد گفته شده، برای ساخت هویت بازی  
می توانید از عناصر یا المان های دیگر نیز استفاده  
کنید. مثلاً اسباب بازی ها یا نوشت افزار مرتبط با آن ها  
را تولید و برای فروش بگذارید. یا از افراد مشهور در  
حوزه فعالیت بازی خود، برای ساخت آگهی های تبلیغاتی  
معروف که آن ها نیز بازی شما را اجرا می کنند، استفاده  
کنید. مثلاً استفاده از بازیکنان معروف فوتبال برای تبلیغ  
بازی فوتبال یا معادل سازی حرکت های آن ها.

در این شماره با موارد متعددی آشنا شدید که خارج از بازی  
می توان از آن ها برای تبلیغ استفاده کرد. این نمونه ها موارد  
کوچکی از دنیای بزرگ تبلیغات در صنعت بازی بودند. در  
شماره بعد درباره روش هایی که فیلم ها برای فروش بیشتر  
استفاده می کنند، توضیح می دهیم.

کدهای معرف نیز می توانید یک چرخه  
نصب برای بازی خود ایجاد کنید.  
شاید تا کنون روش های گفته شده متداول ترین  
روش هایی بوده اند که در سرتاسر دنیا پیاده  
شده اند، اما روش هایی هم هستند که برای تبلیغات  
متفاوت و خلاقانه به نظر می رسند. در اولین روش، در  
یک محیط عمومی، کاربر آن خود را جمع کنید و در قالب  
مسابقه ای کوچک، به صورت چند نفره و حضوری با یکدیگر  
بازی کنید. مثلاً در بازی های تیراندازی، به جای بازی  
بر خط، رن گانگ (پینت بال) بازی کنید و از آن یک تکه فیلم  
تبلیغاتی جذاب بسازید.

در روش بعدی، پیوند بازی یا تکه فیلم اجرای بازی را در  
شبکه های اجتماعی ارسال کنید. در نهایت، بیشترین  
بازدید در هر دوره زمانی، جایزه ای از شما دریافت کند.  
روش دیگر، برگزاری جشنواره (فستیوال) های جهانی  
است تا در آن همه افراد سراسر دنیا در یک جشنواره  
خاص شرکت کنند. فیلم و اخبار منتشر شده از آن،  
باعث بیشتر دیده شدن بازی شما شود.

در روش های خلاقانه دیگر می توانید از تبلیغات  
محیطی در مکان های شلوغ استفاده کنید. به طور  
مثال، اگر بازی فوتبال است، در یک ایستگاه  
مترو، یک دروازه فوتبال بگذارید تا مردم با  
شوت کردن به سمت آن، برنده جایزه شوند.

