



신규 플레이어 환영하기

신규 플레이어를 유치하고, 획득하며,
도우려는 판매점용 가이드

Wpn.Wizards.com

신규 플레이어 환영하기

신규 플레이어를 유치하고, 획득하며,
도우려는 판매점용 가이드

Wpn.Wizards.com

신규 플레이어 환영하기: 신규 플레이어를 유치하고, 획득하며, 도우려는 판매점용 가이드

©2014 **WIZARDS OF THE COAST** LLC.

본 도서는 미국의 저작권법에 의해 보호받습니다. 이 안의 모든 자료 또는 삽화는 **WIZARDS OF THE COAST** LLC의 서면 동의 없이 복제하거나 무단으로 사용할 수 없습니다.

위저즈오브더코스트, **매직 : 더 개더링, Dungeons & Dragons** 및 해당 로고는 미국 및 기타 국가에서 **WIZARDS OF THE COAST** LLC의 등록상표입니다.

Wpn.Wizards.com으로 위저즈 웹사이트를 방문하십시오.

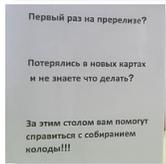
목차



신규 플레이어는 위저즈 플레이 네트워크의 생명선입니다..... 5



새로운 플레이어의 선물6



새로운 플레이어를 어떻게 맞이하십니까?9

샘플 덱 최대한 활용하기10



신규 플레이어 교육용 도구11



여러분의 신규 플레이어를 기쁘고 놀랍게 하기 위해
무엇을 하셨습니까?.....12



간단한 선물로 평생 고객을 얻는 방법13



증정품에 관한 4가지 간단한 아이디어..... 15



이벤트에서 새로운 플레이어들을 어떻게 대하십니까? 16

상품의 균형 바로잡기 18



장기적인 성공을 위한 비결 20

신규 플레이어는 위저즈 플레이 네트워크의 생명선입니다.



신규 플레이어를 유치하고 획득하며 도우면 사업을 견실하게 다지고 장기적인 성공을 달성하고 지속할 수 있습니다.

이 가이드는 각 단계에서 여러분이 해야 할 일을 설명합니다. 이를 통해 신규 플레이어를 끌어들이고, 진입 장벽을 낮추며, 캐주얼 플레이어를 열성적인 단골로 변화시키는 법을 배울 수 있습니다.

준비되셨습니까?



새로운 플레이어의 선물

평범한 어느 금요일 밤 저희 매장인 [Wonko's Toys and Games](#)에서 일어난 일입니다. 프라이데이나이트매직의 참석률은 스탠다드 30명, 드래프트 16명으로 괜찮은 편이었습니다. 두 형식 모두에 새로운 플레이어도 몇몇 있었어요.



2 라운드를 시작할 때 새로운 플레이어 중 한 명인 Frank가 담당자랑 대화하고 싶다고 했습니다. 저는 불만을 들을 준비를 하고 다가갔습니다.

그다음에 일어난 일은 전혀 예상치 못한 일이었습니다.

새로운 플레이어는 친근한 매장을 찾습니다.

Frank는 매직을 플레이하면서 온 동네를 돌아다녔습니다. 하지만 어딜 가든 늘 같은 일만 반복될 뿐이었습니다. 사람들 모두 경쟁에만 몰두했었고, 플레이어가 궁금한 것을 물을 만한 여유조차도 허용되지 않았습니다.

그러고는 2주 전, Frank는 Wonko's를 발견했습니다.



집처럼 편안한 장소

Frank는 신청서 위에 적힌 “위험금지” 방침을 보고 마음을 놓았습니다. 그리고 저희는 평소대로 첫 라운드 시작 전에 규칙을 공지했습니다.

Frank는 FNM 드래프트에서 플레이했는데, 테이블마스터가 현재 블록으로 이용할 수 있는 드래프트 팁을 주고, 덱을 짤 수 있도록 도와주었습니다.

그때는 2주 전이었고, Frank는 이날 저녁에도 다른 사람들로 부터 같은 도움을 받았던 것입니다.

Frank는 “이제 집처럼 편안한 장소를 찾았어요.”라고 말했습니다.



놀라운 제안

이 말에 이미 충분히 감동하고 있던 저에게 Frank는 제가 원하는 부스터 박스를 3개를 사서 그날 밤과 다음에 있을 FNM의 상품으로 기증하고 싶다고 했습니다.

저는 할 말을 잃었지요. 이런 제안을 받았던 적이 없거든요.

그래서 저는 어느 정도 타협을 해서 박스를 원가에 팔겠다고 제안했습니다. 그는 거기에 동의했는데, 수량을 4개로 올려버렸죠.

열광하는 사람들

3라운드가 끝났을 때 저는 모두에게 주목하라고 했습니다. 오늘 밤은 이벤트에 유료로 참가한 모든 플레이어에게 새로운 플레이어의 호의로 각각 3개의 팩이 증정될 거라고 공지했습니다.

사람들은 열광했습니다. 누군가가 “대체 무슨 일이죠?”라고 물었습니다.

저는 훌륭한 스포츠맨 정신과 지도, 그리고 부드러운 매너가 한 사람이 Wonko's를 매직의 새로운 집처럼 느끼게끔 했다고 말했습니다.

모두 환호했습니다. 심지어는 그날 밤에 참석한 프로 플레이어들도 분위기 때문에 여길 선택했다고 말했습니다.



그리고 어떤 사람은 그것이 항상 도움을 주고 재미있는 환경을 유지하려는 하는 제 가족의 노력 때문이라고 말하기도 했습니다. 저는 눈물이 핑 돌아 모두에게 감사를 표했습니다.

어떻습니까, 올바른 일을 할 때 어떤 일이 일어나는지 보이십니까? 플레이어들을 존중해주고, 서로 간에도 같은 방식으로 존중할 것을 요구하십시오. 남녀노소 모두와 매장을 다시 찾은 플레이어들에게도 이러한 상호 존중 분위기를 권장한다면 멋진 플레이 환경을 조성할 수 있습니다.

때때로 이러한 환경이 여러분에게 깜짝 선물을 선사하고 긍정적인 환경을 스스로 재생산하기도 합니다.



Wonko's Toys and Games 매장주 Eric Dow

앞줄: Erica Dow, Rebekah Dow, Denise Dow

뒷줄: Alex Tune, Brian M. Dow, Eric Dow

빠진사람: Keith Blackard, Ray Rimmer



새로운 플레이어를 어떻게 맞이하십니까?

영국 첼튼엄 시 소재의 [Game On](#)에서는 음식으로 플레이어의 마음을 사로잡을 수 있다고 믿습니다. 이 매장에서는 새로운 플레이어에게 케익을 선사하여 일원으로 맞이합니다.

영국의 매장 [Chimera Brierley Hill](#)에서는 베테랑 플레이어들이 종종 커먼 및 언커먼 카드를 드래프트에서 골라 새로운 플레이어에게 기부합니다. 이 방법은 새로운 플레이어들을 매우 기쁘게 하며, 매장에서 좀 더 활발히 활동할 수 있게 합니다.



샘플 덱 최대한 활용하기

무료 샘플 덱은 **매직: 더 개더링**을 학습할 수 있는 좋은 도구일 뿐만 아니라 매장 홍보용 도구로도 사용할 수 있습니다.

이를 활용할 방법을 여러분에게 소개해 드리겠습니다.

열정을 가지고 소개하기

게임을 시연하기 전에 샘플 덱에서 자신이 선호하는 카드 몇 장을 꼽아 열정적으로 소개하고 어떤 점이 좋은지 알려 주십시오.

규칙은 단순하게 유지하기

규칙에 까다롭게 얽매이지 마십시오. 목표는 신규 플레이어들에게 **매직**의 재미를 가르쳐 주고 그들의 관심을 불러일으켜 더 파고들도록 유도하는 것입니다.

재방문할 동기 부여하기

시연이 끝나면 두 번째 샘플 덱을 제공하고 다음 프라이데이나이트매직이나 다른 초보자용 이벤트에 무료로 참석하라고 제안하십시오. 이 2개의 샘플 덱으로 스탠다드 형식의 덱을 구성하는 방법을 알려 주십시오.

매장 홍보하기

샘플 덱에 매장 정보와 홍보 문구가 적힌 스티커를 부착하여 신규 플레이어가 여러분의 다음 FNM 이벤트를 방문해 게임을 배우도록 유도하십시오!

매장 외부에서 샘플 덱 배포하기

새로운 플레이어가 여러분의 매장을 찾아와 데모를 요청하기만을 기다리지 마십시오. 일리노이 주 콜린스빌 시의 [Dizzy Dugout](#) 매장은 “할로윈 축제”에 참석하여 과자 대신 샘플 덱을 나누어 줬습니다.



전시회나 축제 등의 지역 이벤트나 잠재 고객이 모일 만한 장소를 찾아가 샘플 덱을 나누어 주십시오.

재고가 부족하십니까?

WPN 담당자에게 문의하여 샘플 덱을 무료로 주문하십시오!



신규 플레이어 교육용 도구

이 도구를 이용해서 신규 플레이어를 단골로 만드십시오!

신규 플레이어를 **매직 : 더 개더링**으로 이끌기 위해선 멋진 데모가 필요합니다.

유용한 무료 다운로드를 많이 제공해 드리니 적극 활용하시기 바랍니다!

데모 플립 가이드

[입문용 데모 플립 가이드](#)를 활용한 직관적인 **매직 : 더 개더링** 데모를 통해 신규 플레이어들에게 게임을 안내하십시오! 복사 전문점에 가져가서 페이지를 코팅하고 상단 모서리에 링바인더를 장착해 오래오래 사용할 수 있도록 하십시오.



규칙 참조 카드

[규칙 참조 카드](#)를 다운로드하고 인쇄하여 테이블에 부착해 두면 데모 테이블로 활용할 수 있습니다!



핵심 가이드

게임에 대한 모든 중요한 부분을 다루는 세부 정보가 필요하다면 [핵심 가이드](#)를 다운로드, 인쇄 및 배포하십시오. 핵심 가이드에는 키워드와 능력에 대한 용어집도 포함되어 있습니다!



플레이어즈워커의 결투

플레이어즈워커의 결투를 매장에 설치하여 신규 플레이어를 위한 “특별 길잡이”로 삼으십시오. [무료 튜토리얼을 다운로드](#)하고 매장에 데모 체험소를 설치하십시오!

신규 플레이어가 귀가할 때 샘플 덱, 프로모 부스터 또는 인트로 덱을 지급하고 다음 이벤트에 다시 초대하는 것을 잊지 마십시오!

신규 플레이어를 어떻게 가르치고 계십니까? [저희에게 말씀해주세요!](#)



여러분의 신규 플레이어를 기쁘고 놀랍게 하기 위해 무엇을 하셨습니까?

[Blitzplatz](#)의 Christian Liedtke는 자신의 매장 로고가 들어간 티셔츠를 증정합니다. 플레이어는 다른 매장에서 플레이할 때 이 티셔츠를 입어 어디서 왔는지 나타내기도 합니다. 그가 사는 지역의 매장들은 강한 커뮤니티를 형성하고 있고, 이러한 티셔츠는 커뮤니티 경험의 일부를 차지합니다.



[Game On](#)의 매장주인 Derrick Sheets는 다음과 같이 말합니다. “이벤트에서 수많은 참가 상품을 제공했어요. 저희는 그냥 **금고 개방: 20**을 무료로 증정했지요. . . . 참가 상품은 멋진 방식이라고 생각해요. 추천 상품도 끝내줘요. 누군가가 방문을 하면 상품을 그냥 무료로 얻거나 참가만 해도 얻을 수 있으니깐 매력적이죠. 만일 사람들이 여러분의 이벤트에 5달러를 내고 참가하는데 때때로 상품을 무료로 얻는다면 아주 좋아할 거예요.”



간단한 선물로 평생 고객을 얻는 방법

몇 년 전, [Zappos](#)라는 신발 전문 온라인 매장의 좋은 사례가 계속 들려왔습니다.

소문이 사실인지 궁금해서 저는 거기서 Chuck Taylor All Stars 한 켤레를 주문했습니다. 주문을 마무리하면서 구매에 관한 내용을 트윗했습니다.

놀랍게도 [Zappos 고객 서비스](#)에서 바로 응답이 왔습니다. 주문품에 깜짝 선물도 같이 배송할 수 있게 제 이메일 주소를 알려 달라는 것이었습니다. 물론 기꺼이 알려주었습니다.

다음 날 아침에 신발이 제 문 앞에 놓인 걸 봤습니다. 도착예정일보다 며칠은 더 일찍 도착한 것이었습니다. Zappos에서 보낸 쪽지도 들어 있었어요. 앞으로 저는 VIP 고객이고, 특급 배송을 평생 무료로 이용할 수 있게 되었다고 적혀 있었습니다.

백 마디 말보다 선물 하나가 더 낫습니다.

간단하면서도 예측하지 못한 선물 하나로 저는 Zappos의 평생 고객이 되었습니다.



이제 저는 Zappos에서 모든 신발을 구매하려고 합니다. 그리고 그동안 있었던 몇 번의 강연을 통해 적어도 500 명의 사람들이 이 이야기를 들었습니다.

제 이야기가 그리 특별한 내용은 아닙니다.

귀하도 친절한 행위나 저렴한 선물에 대한 보답으로 해당 회사와 거래한 적이 있을 것입니다. 실제로 귀하도 이전에 베푼 친절을 통해 충성스러운 고객을 이미 확보하고 있을 것입니다.

왜 그럴까요?

상호성의 힘

누군가가 여러분에게 호의를 베풀면, 여러분은 그 호의를 되갚길 원합니다. 이를 심리학에서는 [상호성](#)이라 일컫습니다.

요컨대 긍정적인 상호작용은 더 긍정적인 상호작용을 낳습니다.

하지만 이러한 사실을 수치화할 수 있을까요?

(저렴한) 충성고객 획득비용

예를 들어 깜짝 선물에 2천 원을 투자하여 방문하는 모든 신규 고객을 기쁘게 한다고 가정합시다. 얼마나 효과적이라고 생각하십니까?

아주 보수적으로 예측하여, 오직 1%의 고객만이 다시 방문한다고 생각해 봅시다.

100명 중에서 이 한 손님을 전환시키기 위해 20만 원을 쓴 셈입니다. 전환 비율이 그다지 효율적이지는 않지만, 획득 비용은 그럼에도 효율적입니다.

한 명의 충성스러운 고객이 여러분의 매장에서 평생 얼마를 소비한다고 생각하십니까?

이 사이트의 [매장 발전시키기](#) 부분을 확인하여 **어떤 식으로** 충성도를 쌓는 긍정적인 상호작용을 생성할 수 있는지 더 알아보십시오. 그리고 상호성의 힘을 여러분의 매장에 응용하십시오!



저자: 위저즈오브더코스트 트레이드 마케팅 수석 담당자 Paul Hagan



증정품에 관한 4가지 간단한 아이디어

증정품으로는 프로모 카드가 인기가 높다는 걸 모두 알고 있습니다. 하지만 플레이어들은 매장 정신을 보여주는 사은품도 좋아합니다.

구글로 “판촉물”을 검색하기만 해도 주문 제작, 상호 입력이 가능한 판촉물을 저렴하게 주문할 수 있는 수많은 웹사이트의 결과가 나옵니다.

Promotional Products Association International의 [조사에 의하면](#), 가장 기억에 남는 판촉물과 그 비율은 다음과 같습니다.

의류: 41%

필기도구: 35%

컵 종류: 19%

다음은 다른 매장에서 추천하는 몇 가지 아이디어입니다.

스티커



생명점 계산 패드



상표박힌 셔츠



배지



여러분의 플레이어를 기쁘고 놀라게 하기 위해 무엇을 하십니까?

[여러분의 스토리와 사진을 이메일로 보내주십시오!](#) 여러분의 스토리를 듣고 싶습니다!



이벤트에서 새로운 플레이어들을 어떻게 대하십니까?

Matt Hanes는 자신의 아들이 트레이딩카드게임을 처음 플레이한 경험담을 보내주었습니다.



“Jimmy는 거기서 가장 어린 플레이어였습니다. 아들은 매우 긴장했었고 솔직히 저도 그랬습니다. 대부분의 플레이어들이 어른이었지만, 다들 Jimmy의 흥분에 관심을 나타내고 있었죠.



저희는 미리 짜여진 스타터 덱을 약간 개조해서 플레이하였고, 나름대로 잘 준비했다고 생각했습니다. 우리끼리 플레이했을 땐 썩 나쁘지 않았는데, 막상 다른 플레이어와 플레이를 해 보니 어느 누구에게도 **전혀** 상대가 되지 않았습니다.

하지만 모두가 도움의 손길을 뻗었어요. 어떤 이는 덱을 향상시킬 수 있도록 자신이 가지고 있던 카드 스택을 Jimmy에게 주었습니다. 그러고는 다음 토너먼트에 사용하라며 더욱 경쟁력 있는 덱도 선물했습니다. 또 어떤 사람은 티셔츠에 꼭 어울리는 주사위를 주었는데, Jimmy는 너무 기뻐 계속 만세를 불렀죠....

그리고 29명 중에 27위로 마쳤을 때, 승자들이 모여서 Jimmy에게 패치와 카드 스택을 더 주었습니다. Jimmy는 모든 플레이어의 마스코트가 되었고, 이제는 기회만 되면 항상 플레이하고 싶어 합니다.

비록 그날 게임은 대부분 졌지만, Jimmy는 평생 잊지 못할 소중한 기억을 가지게 되었습니다.”



상품의 균형 바로잡기

“친선적인 경쟁”을 이끌어 낸 WPN 매장

경쟁급 경기에서는 상위 입상자의 상품에 주력하는 것이 검증된 방식입니다. 친선전에서는 상품을 고르게 수여합니다.

하지만 경쟁급 환경 속에서 친선전을 장려할 방법이 있을까요? 그리고 친선전 분위기를 유지하면서 경쟁심을 유도할 방법은 무엇일까요?

그 방법을 알아낸 매장 두 곳이 있습니다. 그들의 방법을 소개합니다.

Battlezone의 획기적인 경품 프로그램

[Battlezone](#) 매장은 미국 플로리다주의 작은 마을에서 잘 나가는 매직 커뮤니티를 구축했습니다. 8개월 동안 이 매장은 전체 고객층의 60%가 넘는 50명 이상의 신규 고객을 받아들였습니다.

오거나이저 카일 할부젠 씨는 이 성공이 자신들의 획기적인 경품 프로그램 덕분이라고 말합니다. 이 프로그램은 기존 고객 및 신규 고객 모두와 소통할 수 있게 해 줍니다.

운영 방식

게임에 패배할 때마다 경품 티켓 1장을 발급해 줍니다. (2승 1패 = 티켓 1장, 1승 2패 = 티켓 2장) 영업 시간이 끝날 때, 평소에 주는 순위전 및 스포츠맨 정신에 대한 상품 외에 플레이매트, 덱 상자, 슬리브를 추가하여 지급합니다.

카일 씨는 그 날 결과가 좋지 않았던 플레이어들에게 “기분 좋은” 경험을 선사해 준다고 말합니다. 그리고 이때가 신규 고객(특히 어린 고객들)과 소통할 수 있는 기회라고 합니다.

키가 몇인지 물어보고 키에 따라 티켓을 나눠 주기도 합니다.

“이렇게 소통이 이루어진 고객은 계속 매장을 다시 찾아줍니다”라고 카일 씨는 말합니다.



Ace Comics의 “오픈 픽”

오스트레일리아 브리즈번 시의 [Ace Comics](#) 매장에서는 FNM 이벤트 때 모든 플레이어에게 팩을 최소 하나씩 지급합니다. 여기서 특이한 점은 상품으로 주는 팩이 개봉되어 있다는 것입니다.

운영 방식

FNM 이벤트에 12명의 플레이어가 온다고 가정해 봅시다. 그러면 12개의 부스터팩을 상품 목록에 추가(플레이어당 1개)하고 개봉해 둡니다. 3라운드가 지난 후, 모든 플레이어는 순위에 따라 개봉된 부스터팩을 선택하고 4강 진출자들은 추가로 미개봉된 부스터팩을 받습니다.

두 매장으로부터 배울 점은 승패 결과를 우선한 것이 아니라 **플레이 자체**를 유도했다는 점입니다.

여러분도 이번 주 FNM에서 시도해 보십시오!



장기적인 성공을 위한 비결

지난 여름, [River City Comics and Games](#) 매장의 프라이데이나이트매직 이벤트는 북새통이었습니다.

모던 마스터 이후, 매장주 Joseph Scheib는 모던 형식에 새롭게 쏠린 많은 관심에 주목하여 FNM을 모던으로 변경했고 그 결과 **지난 여름에 참가자 수가 순식간에 77%나 치솟았습니다.**

하지만 이렇게 바꾸고 나자 기존 플레이어들을 유지할 수는 있었지만 신규 플레이어들을 유치할 기회를 잃고 있다는 걸 깨달았습니다.

“ 기존 고객 유치도 중요하지만 커뮤니티를 키우려면 신규 고객이 쉽게 접근하도록 해야 합니다.—Joseph Scheib, River City Comics ”

225명 규모의 모던 프로투어 예선전을 진행하던 무렵에 한 아이의 아버지이자 FNM 단골 중 한 명이 Joseph에게 자신의 열 살짜리 아들이 **매직**을 좋아하지만 FNM은 어렵하다고 말했습니다.

“자기 나이 또래의 플레이어랑 할 때는 더 잘합니다”라고 그 아버지는 말했습니다.

그래서 둘은 머리를 맞대고 의논했고 공통된 결론에 도달했습니다. 어린 게이머를 겨냥한 입문용 이벤트를 준비하는 것입니다.

신규 플레이어를 위한 새로운 모델

그들의 목표는 어린 플레이어들을 위한 편안한 환경을 유지하면서 “토너먼트” 느낌을 유지하는 것이었습니다.



그들은 이 목표를 유념하면서 이벤트를 설계했습니다.

- 입장료 2달러 (“토너먼트 느낌이 날 수 있도록”)
- 적당한 상품 (“신규 플레이어에게 보상이 돌아갈 수 있도록” 하되 베테랑 플레이어가 흥미를 느끼지는 않을 정도)
- “가벼운 규칙 준수 레벨” (“부담되지 않도록”)
- 두 달에 한 번 개최 (“부모에게도 부담되지 않도록”)

모두에게 부담 없는 이벤트

첫 이벤트에 8명의 플레이어가 참가했고 그 중 몇몇이 FNM 때 재방문했는데, Joseph의 말에 따르면 이는 대성공이었다고 합니다.

그는 8명 규모의 이벤트가 1명의 신규 플레이어를 새로 유치할 수 있다면 장기적으로 보기에는 **오랜 시간이 지나도 고객층을 유지하는 데** 도움이 될 것으로 생각했습니다.

그리고 더 중요한 점은 이 이벤트가 어린 플레이어들이 친구들을 만나고 좋아하는 게임을 배우기에 부담 없는 멋진 경험이라는 것과 Joseph이 바라던 스타일의 이벤트였다는 것이었습니다.

“보다 부담 없고 친근한 토너먼트를 개최하고 싶습니다”라고 그는 말합니다.

밝은 미래

Joseph과 매장의 어린 플레이어들은 다음 이벤트를 손꼽아 기다리고 있습니다. 또한 어린 플레이어들이 더 늘면서 Joseph은 매장의 장기적인 성장을 기대하고 있습니다.

여러분은 어린 플레이어들을 위해 어떤 노력을 기울이고 있습니까?

WPNStories@wizards.com으로 알려주십시오.



Wpn.Wizards.com

