



# 캐주얼 플레이를 진지하게 고려하기

캐주얼 게임을 주최하고, 육성하며, 활용하는  
판매점용 가이드

[WPN.Wizards.com](http://WPN.Wizards.com)

**캐주얼 플레이를 진지하게 고려하기: 캐주얼 게임을 주최하고, 육성하며, 활용하는**

**판매점용 가이드**

©2015 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.

위저즈 웹사이트([WPN.Wizards.com](http://WPN.Wizards.com))를 방문하십시오



## ‘캐주얼 플레이’란 무엇을 의미할까요?

위저즈의 ‘캐주얼 플레이’에는 **이벤트 구성 방식**(라운드 및 상품 구성)과 **이벤트 분위기**(재미있는 분위기, 훌륭한 스포츠맨십)에 해당하는 두 가지 의미가 있습니다.

이 가이드는 이러한 두 요소를 활용하기 위해 여러분이 해야 할 일을 설명합니다. 캐주얼 플레이란 어떤 것인지, 왜 중요한지, 그리고 다른 매장이 어떻게 활용하여 성공을 거두었는지 배울 수 있습니다.

준비되셨습니까?



# 목차

## 캐주얼 이벤트 운영: 일별

최대 75%의 신규 고객 재방문을 유지	6
캐주얼로 성장한 Games Academy	7
신규 플레이어를 끌어들이 3가지 색다른 이벤트 아이디어	10

## 캐주얼 이벤트 운영: 프라이데이나이트매직

여러분의 FNM을 15배 이상 키우는 방법	14
더욱 신나는 FNM 만들기	17
FNM을 성장시킨 한 매장의 비결	21
FNM을 성장시키는 3가지 방법	23

## 캐주얼한 분위기 조성: 상품 활용

완벽한 상품 목록을 준비하는 방법	27
전 세계에서 가장 성공적인 FNM 소개	28
프리릴리즈를 새로운 차원으로 끌어올린 작은 변화	32
특별한 상품을 제공하기 위한 세 가지 아이디어	37

## 캐주얼한 분위기 조성: 공간 활용

온라인 경쟁업체를 물리치는 한 가지 방법	42
한 오프라인 매장이 디지털 경쟁업체를 물리친 방법	46
Armada Games 매장에서 추수감사절을 기념하는 방법	47



# 캐주얼 이벤트 운영: 일별



# 최대 75%의 신규 고객 재방문률 유지

방법은 다음과 같습니다.





# 캐주얼로 성장한 Games Academy

8년 전 즈음, [Games Academy](#) 매장을 막 개장했던 Fabio Zuccarini 씨는 경쟁급 이벤트를 홍보하는 아이디어를 그리 좋아하지 않았습니다.

대신에 매장 안에서 플레이하는 캐주얼 형식에 치중하여, 커맨더와 파우퍼부터 인트로팩과 듀얼덱까지 다양한 게임 경험을 제공하였습니다.



Fabio 씨의 생각은 간단했습니다. 고객에게 손쉽게 접할 수 있는 형식을 제공하되 매직 : 더 개더링 신제품의 판매량을 늘려 수익을 내는 것입니다.



## 인트로팩 리그

Games Academy의 인트로팩 리그가 바로 이에 해당하는 경우입니다.

Fabio 씨는 새로운 확장판이 출시될 때마다 새 세트의 인트로팩만 사용할 수 있고 게임에서 질 경우 새로운 부스터팩의 카드만 더하여 사용할 수 있는 리그를 개최합니다.

Fabio 씨는 이벤트의 공정성을 보장하고 캐주얼한 환경에서 고객에게 플레이하는 방법을 가르치기 위해 플레이어가 리그에서 사용하려고 개봉하는 모든 부스터팩을 기록합니다.

## 일간 캐주얼

이 매장의 주간 달력을 보면 일간 캐주얼 이벤트가 무엇인지 확실하게 알 수 있습니다.

MONDAY	Commander / League
TUESDAY	Intro Pack / League
WEDNESDAY	Standard
THURSDAY	Commander / Casual
FRIDAY	Commander / FNM + Standard / FNM
SATURDAY	Booster Draft





월요일에는 커맨더 리그, 화요일에는 인트로팩 리그, 수요일에는 스탠다드, 목요일에는 커맨더 캐주얼, 금요일에는 커맨더 FNM과 스탠다드 FNM, 그리고 토요일에는 부스터 드래프트를 진행합니다.

모든 이벤트는 새로운 플레이어를 유치하기 위해 상품을 고루 분배합니다. 이벤트에 참여한 모두는 최소한 부스터팩 한 개를 가지고 떠날 수 있습니다.

모던, 레거시, 빈티지와 같은 ‘숙련자용’ 형식은 그랑프리 트라이얼이나 Preliminary 프로투어 예선전 같은 큰 경쟁급 이벤트에만 사용합니다.

## 기대 이상의 효과

Fabio 씨는 2014년에 200개에 달하는 인트로팩과 80개의 커맨더 덱을 판매했고, 그의 매장은 이탈리아에서 가장 먼저 어드밴스드 플러스 레벨에 도달한 매장 중 하나입니다.

새로운 리그가 시작될 때마다 평균 25~30명이 참가하고, Fabio 씨는 매달 최소 8명의 신규 플레이어 등록했습니다.

FNM 이벤트에서도 캐주얼 형식을 플레이할 수 있게 한 프라이데이나이트 매직의 구조적 변화로 캐주얼 영업의 효과를 더욱 증진시킬 수 있었습니다.

Games Academy 매장은 지난 5년 동안 매직 제품 부문에서 10%가 넘는 성장을 보였으며, Fabio 씨는 캐주얼 이벤트에 집중함으로써 이 같은 결과를 달성할 수 있었다고 합니다.



# 신규 플레이어를 끌어들이기 3가지 색다른 이벤트 아이디어

새로운 고객을 유치하기 위해 어떤 이벤트를 주최하십니까? 친구 초대 밤? 입문 이벤트? 오래 전부터 검증된 이러한 이벤트도 좋지만, 수많은 WPN 매장이 창의적이고 흔치 않은 방법으로 새로운 플레이어를 찾고 있습니다.

다음과 같은 세 가지 방법을 살펴보십시오.

## 1. “어머니와 함께하는 매직”

때로는 부모가 자녀가 좋아하는 게임에 관심을 기울일 수도 있지만 직접 참여하는 것은 부끄러워 할 수도 있습니다. 어떤 경우엔 그 부모가 자신의 열정을 공유하고 싶은 매직 베테랑일 수도 있습니다.

이러한 사항을 잘 파악한 [The Gameboard](#) 매장의 “어머니와 함께하는 매직” 이벤트에서는 어머니가 자녀와 함께 다른 모자/모녀 팀을 상대로 쌍두거인을 플레이합니다.

여기에는 특별한 조건이 있습니다. **더 경험이 많은 플레이어가 자신의 팀원에게 조언하려면 그 팀은 지속물 하나를 희생해야 합니다.**

매장주 Lynn Potyen 씨는 지고 있던 팀을 위해 필사적으로 살아남을 방법을 강구하던 한 아들의 경우를 회상했습니다. 그 아들은 자신을 위험에 처하도록 하면서도 지속물 하나를 희생하여 게임에서 어머니를 살렸습니다.

“그리고 그 팀은 이 방법으로 승리를 거머쥐었습니다!”라고 Lynn 씨가 말합니다.



## 2. 매직 생일 파티

작년 3월, 매직에 심취한 한 어린 플레이어의 부모가 Comics to Astonish 매장의 Keegan Conrad 씨에게 매직 생일 파티 아이디어를 제안했습니다.

매장 관리자 Ray Nee 씨는 이에 적극 동조했습니다. “매장에서 이들만의 특별한 파티를 열 수도 있죠!”

[Comics to Astonish](#) 매장은 제품과 오거나이저를 제공하고 그 부모는 케이크와 아이스크림을 제공하여, 세 시간에 걸친 사적인 매직 파티를 VIP 수준으로 주최했으며, 이는 특히 어린 플레이어에게 아주 훌륭한 경험이 되었습니다.



많은 아이들이 매직을 처음으로 접해보았고, Keegan 씨는 이 아이들이 여전히 FNM에 참여하고 있다고 설명합니다.

“해 보니, ‘진작에 몇 년 전부터 시행할 걸...’이란 생각이 들었습니다.”

### 3. 르네상스 페스티벌 매직

4년 차 매장주인 Dreamer's Vault 매장의 Jason Webster 씨는 [미네소타 르네상스 페스티벌](#)에 연락을 취해 페스티벌 현장에서 부스터 드래프트를 주최했습니다.

드래프트 입장료에는 페스티벌 입장권이 포함되었으며, 그 가격은 일반 입장권과 거의 비슷했습니다. 페스티벌 측이 제품을 제공하고, Jason 씨가 상품과 슬리브 및 텍 상자와 같은 판매용 물품을 준비했습니다.

Jason 씨는 이 르네상스 페스티벌을 통해 매우 다양한 신규 플레이어를 유치할 수 있었다고 합니다.

“제가 운영한 이벤트 중 가장 다양한 연령층이 참여했습니다. 모두에게 저와 제 매장을 알릴 수 있는 훌륭한 방법이었습니다.”

#### Jason 씨의 르네상스 페스티벌 팁

- 마케팅 부서에 연락하기
- 곳은 날씨에 대비하여 예비 장소 확보하기
- 페스티벌 분위기 맞추기([컴퓨터나 프린터가 없어도 가능](#))
- 매장에서 사용할 수 있는 쿠폰 발행하기
- 가벼운 규칙 준수 수준으로 유지하기



# 캐주얼 이벤트 운영: 프라이데이나이트매직





# 여러분의 FNM을 15배 이상 키우는 방법

셀 수 없이 많은 플레이어들이 직접 얼굴을 맞대고 다같이 매직을 하러 모여드는 매주 금요일은 오랫동안 이 게임의 생명줄이었습니다.

그리고 프라이데이나이트매직이 있습니다.

매직 플레이어의 94%가 집에서 이루어집니다.



매장에 나와서 직접 상대를 보면서 플레이하는 사람은 6%에 불과합니다.

그래서 위저즈는 FNM의 방식을 바꾸었습니다. 이제 편안한 분위기에서 상대와 직접 플레이하고 싶어하는 플레이어들을 다양한 방법으로 끌어들이 수 있게 되었습니다.



첫 플레이가 캐주얼 형식이었을 때 신규 플레이어 중 75%가 매직에 정착했습니다.

플레이어들이 공개 플레이, 입문 이벤트, 또는 다인전 형식을 통해 첫 발을 내디디게 하십시오. 이제 FNM에서 모든 게임 형식을 플레이할 수 있습니다.

그렇다고 해서 단골 플레이어를 잃는 것은 아닙니다.



FNM에는 형식 제한이 없습니다.



Pandemonium Books and Games 매장에서는 FNM에서 모던부터 파우퍼, 캐주얼 공개 플레이에 이르기까지 다양한 형식을 제공하므로 누구나 즐길 수 있습니다.

Standard	6PM
Pauper	7PM
Modern	8PM
Commander	UNTIL 10PM
Casual Magic	ALL NIGHT

### *Pandemonium Books and Games*

Pandemonium처럼 다채로운 FNM을 개최하여 단골 플레이어를 만족시키는 동시에 신규 플레이어가 들어오는 길도 열어놓을 수 있습니다.

이번 목요일 참가 신청 기간이 끝나기 전에 [6월 FNM](#)에 캐주얼 플레이를 추가해 보십시오!



# 더욱 신나는 FNM 만들기

2015년 1월 9일에 71명의 플레이어가 [Pandemonium](#)의 프라이데이나이트매직 이벤트에 참가했습니다. 그 중 25명은 스탠다드 형식을, 29명은 모던 형식을 플레이했습니다.

나머지 17명은 FNM을 더욱 신나게 만들 새로운 길을 개척하고 있었습니다.

## 일정 준수



2015년 초부터 FNM에서 모든 형식이 허용되고, 더 많은 프로모 카드를 제공하고, 최소 플레이어에 대한 조건이 사라지자 Brandon Petitpren은 재빨리 이벤트를 다양하게 나누어 캐주얼 플레이어를 위한 프로그램을 추가했습니다.

위에서 말한 17명, 즉 금요일 밤에 매장을 찾는 매직 플레이어 수 중 24%가 여기에 해당합니다.

금요일 밤은 대개 아래와 같이 진행됩니다.

## 오후 6시: 스탠다드

캐주얼 플레이어를 위한 프로그램이 새로 생겼다고 다른 플레이어를 위한 프로그램이 줄어드는 것은 아닙니다. 스탠다드 형식은 6시 정각에 시작합니다.

Brandon 씨에 따르면 캐주얼 플레이를 추가하자 일반 토너먼트도 더욱 활성화되었다고 합니다. 신규 플레이어가 토너먼트 플레이를 가까이서 보고 매직의 매력에 더욱 빠지게 되었기 때문입니다.

## 오후 7시: 파우퍼

파우퍼 형식에서는 오로지 커먼 카드로만 덱을 짭니다. Pandemonium에서는 이 형식이 자유롭게 참가할 수 있으며 컨스트럭티드 매직에 쉽게 입문할 수 있는 기회를 제공합니다.

### Pandemonium에서 파우퍼 리그를 진행하는 방법

플레이어는 각자 덱을 세 개 짭니다. 이때 덱은 서로 색을 공유할 수 없습니다. 플레이어는 6주에 걸쳐서 덱을 바꿔가며 주마다 매치를 세 번씩 플레이하여 최대 3주까지 리그전을 치릅니다.

어떤 날에는 덱을 덱 상자에 넣고 섞은 뒤에 무작위로 나눠줍니다. 이때는 주는 대로 덱을 받아서 플레이해야 합니다.





## 오후 8시: 모던

Pandemonium에서는 고레벨 플레이를 중심으로 훌륭한 고객층이 구축되어 있습니다. 그리고 이 고객층은 새로운 패러다임 아래에서도 그 어느 때보다 강한 유대감을 자랑합니다.

“스탠다드와 모던 형식 플레이에는 아직도 30, 40대 고객이 많습니다.”

## 올나이트: 커맨더 리그



커맨더 리그 플레이어에게는 FNM 프로모 카드 세 장이 주어집니다.

### Pandemonium에서 커맨더 리그를 진행하는 방법:

플레이어는 시즌 동안 포인트를 획득하는 대신, 40점으로 시작하여 연속으로 두 번 이상 턴을 차지하거나 하나의 전투 단계에서 너무 많은 피해를 입히는 식으로 게임 내에서 공격을 행하면 점수를 잃습니다.

## 즉석 플레이: 큐브

“큐브”는 매직의 과거 카드로 맞춤 제작한 드래프트 형식입니다.

Pandemonium에는 세 가지 큐브가 있어서, 함께할 친구 세 명만 있다면 언제든지 참여할 수 있습니다.

Brandon 씨는 큐브가 신규 플레이어에게 예전에 나온 강력한 카드가 사용되는 것을 볼 수 있으며 이는 새로운 형식에 입문하는 계기를 제공하기도 한다고 말합니다.

그러한 계기가 되지 않는다 하더라도 새로운 유형의 고객을 끌어들이는 것만으로도 이 플레이는 충분한 가치를 지닙니다.

Brandon 씨는 덕분에 고객층이 커지고 다양해졌다고 자랑합니다.



# FNM을 성장시킨 한 매장의 비결

프라이데이나이트매직에서 신나고 캐주얼한 분위기를 제공하는 것은 신규 플레이어가 매장을 찾고, 게임을 플레이하고, 머물게 하는 훌륭한 방법입니다.

[Know Dice Games](#) 매장의 Lee Wiegand에게 그 방법을 알아보겠습니다!

## 커뮤니티 파트너를 찾다

[Boys and Girls Club of America](#)의 대표로부터 Know Dice Games 매장에 문의가 오자 Lee와 직원들은 즉시 방문해 매직 : 더 개더링 샘플 덱을 나눠주고 게임을 플레이하는 방법을 가르쳤습니다.



아이들의 커뮤니티에 참여하고, 동기 부여와 교육을 제공하고, 즐거움을 나누는 일은 그 자체만으로도 가치가 있었습니다. 하지만 Lee는 이것이 또 다른 기회이기도 하다는 것을 바로 깨달았습니다.



## FNM에서 입문 이벤트를 열다

Boys and Girls Club에서의 경험으로 바탕으로 Lee는 두 번째 프라이데이나이트매직 이벤트를 열어 신규 플레이어 양성에 집중하기로 했습니다.

이 새로운 FNM 이벤트는 완전 무료 플레이이며, 정해진 토너먼트 없이 샘플 덱만 사용합니다. 그리고 경험이 없거나 적은 플레이어를 주 대상으로 개최합니다.

이 이벤트에 참여하는 사람은 두세 시간 뒤에 시작하는 두 번째 FNM 이벤트에서 할인 혜택을 받습니다. 당연히 베테랑 플레이어에게도 해당됩니다!

실제로 Lee에게는 정기적으로 신규 플레이어에게 게임을 가르쳐주는 베테랑 플레이어가 있습니다.

## 더 캐주얼한 이벤트가 성공한다

예상보다 훨씬 많은 20여 명의 플레이어가 초기의 입문 FNM에 참가했습니다!

이벤트는 Boys and Girls Club의 회원을 포함한 신규 플레이어를 끌어들이었을 뿐만 아니라, 전반적으로 편안하고 환영하는 분위기를 구축했습니다.

“FNM에 최상위 플레이어가 참여한다는 걸 알면 이벤트가 시작하기도 전에 떠나는 플레이어들이 있었습니다.” Lee는 캐주얼 이벤트를 FNM에 추가하기 전 상황을 이렇게 설명했습니다.

이제는 캐주얼한 즐거움이 최우선이며 FNM 프로모 카드를 가질 기회도 모두에게 동등하게 제공됩니다.

Lee가 알려준 방법을 시도해 보십시오! 지역 커뮤니티 조직에 연락해 관계를 구축하십시오. 프라이데이나이트매직에서 캐주얼 이벤트를 개최하고, 지역 커뮤니티를 초대하여 여러분의 매장에서 플레이하도록 하십시오!



# FNM을 성장시키는 3가지 방법

예전 프라이데이나이트매직의 이벤트 구조를 기억하십니까? 제한된 형식만 지원했으며, 캐주얼 플레이는 개최되지 않았습니다. 프로모 카드 수가 부족했으며, 프로모 카드를 나눠주는 지침도 엄격했습니다.

돌이켜 생각해 보십시오. 어떤 부분이 개선되기를 원했습니까? 어떤 획기적인 아이디어를 시도해 보고 싶으셨나요?

이제 이러한 아이디어가 대부분 적용되었습니다. FNM은 이제 모든 형식, 모든 수준과 연령의 참가 플레이어에게 개방되었습니다.

아래에서 매장주 여러분이 활용할 수 있는 세 가지 방법을 살펴보십시오.

## 1. 모든 형식

여러분 매장의 플레이어들이 원하는 형식을 시도해 보십시오. 완전히 새로운 형식도 가능합니다.

새롭고, 창의적인 플레이 방법을 생각하도록 플레이어에게 도전 의식을 심어주십시오. 잘 나가는 커뮤니티에서는 초창기부터 이 방법을 사용해 왔으며, 이제 FNM에도 적용할 수 있게 되었습니다.

다음은 [reddit](#)에서 확인된 몇 가지 예입니다.



[-] MoggFanatic 3 points 11 months ago

The working title is "Field Marshal". 60-card singleton deck, but you can have four of any one creature.

“야전 지휘관. 60장 카드 싱글턴 덱이지만 원하는 한 가지 생물을 네 개 가질 수 있습니다.”







[-] **kemikiao** 21 points 4 months ago

We're doing one for Halloween. Modern legal, must play halloween-y creatures only like Goblins, Spirits, Vampiers, Zombies, etc.

[permalink](#) [save](#) [report](#) [give gold](#) [reply](#)

“할로윈을 위한 형식을 준비 중입니다. 모던 리걸. 고블린, 신령, 흡혈귀, 좀비와 같은 할로윈풍의 생물만 사용하여 플레이해야 합니다.”



[-] **Rootkit9208** 6 points 11 months ago

Couch magic.

Play Magic across the couch with a friend.

Any permanents or spells that fall off the couch are exiled.

[permalink](#) [save](#) [report](#) [give gold](#) [reply](#)

“소파 매직. 소파 위에서 친구와 매직을 플레이합니다. 소파에서 떨어진 지속물 또는 주문은 추방됩니다.”

## 2. 모든 수준의 플레이어 참가

[Pandemonium Books and Games](#) 매장에서는 이러한 철학을 바탕으로 신규 또는 상급자, 캐주얼 또는 단골 등 모든 유형의 플레이어를 위한 이벤트를 제공합니다. 모던, 파우퍼, 커맨더 리그 등 다양한 형식을 즐길 수 있습니다.



### Pandemonium

Friday Night Magic kicks off with doors open at 4pm today! We've got an event for everyone this and every Friday!

Standard @ 6pm, \$5 entry. Store credit to top 8 & a participation pack of Fate Reforged for everyone else!

Pauper @ 7pm, \$5 entry. Store credit to the top 4 or 8!

Modern @ 8pm, \$5 entry. Store credit to the top 4 or 8!

Commander League open play goes all night long, and we give away 3 FNM promos to any League players at 10pm.

Even if you're not playing, it's a great time to hang out and talk Magic. See you tonight!

[Like](#) · [Comment](#) · [Share](#) · 1 hr

“직접 플레이하지 않더라도 참가자들과 매직에 대한 이야기를 나누며 즐거운 시간을 보낼 수 있습니다. 오늘 밤에 뵙겠습니다!”



### 3. 모든 연령

수많은 WPN 매장이 가족 친화적인 환경을 바탕으로 탄탄한 커뮤니티를 구축해 나가고 있습니다.

예를 들어, [Gamerz Pair-a-Dice](#) 매장에는 “키즈 코너”와 같은 어린이 플레이어를 위한 활동이 준비되어 있습니다. [Golem Head Games](#) 매장에는 아이들이 태블릿을 충전할 수 있는 장소가 따로 있습니다.

이제 FNM에서 이런 노력을 한 단계 더 업그레이드할 수 있습니다. 아버지/딸 쌍두거인. 가족 트리오 리그. 그 가능성은 끝이 없습니다.

이제 여러분의 매장에서도 이러한 시도를 통해 잠재력을 발휘해 보십시오!



# 캐주얼한 분위기 조성: 상품 활용



# 완벽한 상품 목록을 준비하는 방법

이 테크닉을 사용하여 신규 고객 유지율을 높이십시오!



# 전 세계에서 가장 성공적인 FNM 소개

4개의 스위스 라운드로 치러지며, 매치에서 승리할 때마다 1팩씩 지급합니다.

Madness Games 매장의 금요일 밤은 다른 게임 매장과 얼핏 비슷해 보입니다.



매주 250명의 사람이 참가하는 것만 제외하면 말입니다.

상금 규모가 압도적일 만큼 크지도 않으며 경쟁을 저해할 정도로 낮은 가격도 아닙니다. 성공의 비결은 무엇일까요?

매장주 Chris Mettler는 “왜 참가자 수가 늘었는지 사실 저도 잘 모르겠습니다”라고 말했습니다.





그리고는 참가자 수가 급격히 증가한 이유를 다음과 같이 명확하게 설명해 주었습니다.

## 편안한 분위기

“저희는 주방 테이블에서 매직을 즐기듯 편안한 환경을 매장에 조성했습니다.”

세계 최대 규모의 FNM이 늘 그랬던 것은 아니었습니다. 2010년 Madness 매장은 오랜 이벤트 공백을 깨고 *엘드라지의 꺾기 프리릴리즈*를 개최했습니다. 이 이벤트에는 30명의 플레이어가 참가했습니다.

당시 이 북부 텍사스 매장의 매직은 1위에 보상이 집중된 토너먼트 스타일의 플레이가 주를 이루었습니다. 그러나 일부 플레이어의 저항에도 불구하고, 더 많은 참가자가 상품을 받도록 만드는 등 Chris는 덜 공식적인 환경을 원하는 플레이어를 유치하기 위해 노력했습니다.

이는 현명한 결정이었습니다. 왜냐하면 전체 매직 플레이어 중 6%만이 토너먼트 이벤트에서 플레이했기 때문입니다. Chris는 그저 나머지 94%에게 어필할 옵션을 만들었을 뿐입니다.





매직 플레이어의 94%는 집에서 플레이합니다.

5년 동안 상황은 점진적으로 좋아졌습니다.

Chris는 “계속 조금씩 나아졌습니다. 60명, 다음은 80명, 그리고 90명이었죠”라고 말했습니다. “이제는 220명에서 260명 사이입니다.”

## 일관되고 긍정적인 환경

“ *저희의 FNM은 일관된 환경을 제공합니다. 플레이어들은 어떤 FNM이 될 지 잘 알고 있습니다.* ”

편안한 분위기를 유지하는 것이 Madness 매장의 큰 성공을 이끌었습니다. 어떻게 편안한 분위기를 유지할까요?

Chris는 “이해할 수가 없어요”라고 말합니다.



하지만 [Corporate Executive Board](#)에 따르면 Chris가 이해할 수 없다는 이 부분은 충분히 이해가 됩니다. 고객의 94%는 편안하고 믿음이 가며 “[부담 없는](#)” 매장을 다시 찾는다고 합니다.

Chris는 말합니다. “매장은 깔끔하고 단순하죠.”

## Madness 매장에서 제공하는 “부담 없는” FNM 환경은 다음과 같습니다.

정시에 시작: “가장 간단하지만 매우 중요합니다.”

주기적인 공지: “실제로 플레이어와 미팅을 가집니다.”

라운드 사이의 시간 최소화: “라운드가 끝나는 시점이면 진행 결과의 99%는 이미 처리했어야 합니다.”

행동 강령 준수: “저희 매장에는 1년에 100만 달러를 벌며 람보르기니 스포츠카를 운전하는 CEO도 있고, 매장을 찾기 위해 2마일을 자전거를 타는 오는 고객들도 있습니다. 그들이 원하는 것은 같습니다. 정중하게 대접받기를 원한다는 것이죠.”

여러분의 지역에서는 Chris의 매장만큼 큰 커뮤니티를 지원할 수 있습니까? 대부분 불가능합니다.

여러분의 매장은 250명을 수용할 수 있습니까? 대부분 불가능합니다.

하지만 매장의 규모가 다르더라도 전략은 모두 같습니다. 편안한 플레이와 일관성이 가장 강력한 도구입니다.

이러한 비결을 여러분의 매장에 적용해 보십시오!



# 프리릴리즈를 새로운 차원으로 끌어올린 작은 변화

[The Dragon](#) 매장은 50명의 플레이어를 모으고 어드밴스드 플러스 레벨을 달성하겠다는 확고한 목적을 가지고 *타르커의 용* 프리릴리즈를 개최했습니다. The Dragon 매장은 관행에 따라 라운드 수를 출석한 플레이어 수에 따라 정했으며, 상위 40%의 플레이어에게 보상을 집중해서 지급했습니다.

64명의 플레이어가 참가한 이벤트는 아주 즐겁게 진행되었지만, 7시간이 경과하자 모두가 지치기 시작했습니다.

6개월 후 *타르커의 용*은 비슷한 수준의 성공을 선사했지만 부정적인 요소는 하나도 볼 수 없었습니다. 매장주인 Jennifer Haines는 현지 2레벨 심판의 조언을 수용하여 이벤트를 4라운드로 수정하고 경기 승수에 따라 보상을 제공했습니다.

이는 아주 미미한 변화였습니다. 하지만 그 차이는 엄청났습니다.

Jennifer는 “수많은 비효율성이 해결되었습니다”라고 말합니다.



그 내용은 다음과 같습니다.

## 1. “토너먼트에서 이탈자가 발생하지 않았습니다”



플레이어는 2승만 챙겨도 상품이 보장되었으므로, 최소 1승을 챙기고 4라운드에 진출한 모든 플레이어에게는 토너먼트에서 이탈하지 말아야 할 동기가 있었습니다. 물론 그들은 계속해서 토너먼트에 남았습니다.

“정말 놀라웠습니다. 항상 이탈자가 있었거든요.”



## 2. “이벤트가 진행되는 동안 보상을 지급할 수 있었습니다”



순위는 크게 상관이 없었으므로 Jennifer는 참가자들이 플레이하는 동안 보상을 제공하기 시작했습니다. 덕분에 이벤트 종료 후의 업무가 크게 줄었습니다.

“실제로 2차 프리릴리즈를 제시간에 시작할 수 있었습니다.”

## 3. “이 이벤트에 참여하면 즐거운 시간을 보낼 수 있다”라는 메시지가 전달되었습니다

처음부터 압박감이 낮은 보상 시스템이 적용되었음을 명확히 전달했으므로 패배한다고 해서 스트레스를 받을 이유가 없었습니다.

“보상을 평준화하고 라운드에 한도를 설정함으로써 이러한 메시지를 제대로 전달할 수 있었습니다.”



#### 4. “방 안에 긍정적인 에너지가 흘러 넘쳤습니다”



압박감이 사라져 분위기가 가볍고 즐거웠습니다.

“두 게임을 진다고 해서 낙담할 이유가 없었습니다”라고 Jennifer는 말합니다. “여전히 보상을 챙겨갈 수 있는 가능성이 있었기 때문이죠.”



## 5. “기대치를 확실하게 했습니다”



플레이어는 자신의 순위를 파악하기 위해 애쓸 필요가 없었습니다. 순위는 몰랐지만 자신의 위치는 알고 있었습니다. “모두가 몇 개의 팩을 지급받을지 바로 알았습니다”라고 Jennifer는 말합니다.

# 특별한 상품을 제공하기 위한 세 가지 아이디어

플레이어는 뛰어난 플레이에 대한 보상을 원합니다. 플레이어들은 일정한 수의 부스터, 일정한 양의 매장 마일리지 등을 기대하므로, 이러한 기대를 충족하는 것은 매우 중요합니다.

하지만 이 때문에 매장주가 괴로움을 겪어서는 안 됩니다. 전 세계 WPN 매장들은 플레이어들과 의미 있고 오래 지속되는 관계를 구축하는 데 도움이 되는 특별한 보상을 제공하여 [고객 충성도](#)를 얻습니다.

다음과 같은 세 가지 보상을 살펴보십시오.

## 1. 커스텀 트로피





[Common Ground Games](#) 매장에서 게임데이 우승자는 보통 프로모 카드와 플레이매트 패키지를 받습니다. 하지만 매장주 Jamison Sacks는 여기에 [Funko POP! 피규어](#)와 [WizKids 미니어처](#)로 장식된 특별한 커스텀 트로피를 추가했습니다.

“토너먼트 전 주에 트로피 윗부분을 이러한 조각상으로 장식해 두었더니 엄청난 관심과 질문이 쏟아졌습니다!”라고 Jamison은 말합니다.

## 준비 방법

- [Crown Awards](#)에서 트로피를 주문합니다.
- 트로피 윗부분에 있는 일반 장식을 제거합니다.
- 강력 접착제로 피규어를 부착합니다.

## 2. 식음료

[Mana Infinito](#) 매장에서는 최하위를 기록한 플레이어에게 **위로의 도넛**을 제공합니다. 반면에 [Face to Face Games Toronto](#) 매장의 운 좋은 플레이어들은 **매직**을 테마로 한 음료를 들이킵니다.





각 음료는 **찰나** 능력을 가진 카드에서 아이디어를 얻었습니다.



### 3. 맞춤형 야구 카드

[Moonlite Comics](#)에서 리그 플레이어는 팻 팩과 할인 혜택 같은 일반적인 보상을 받습니다. 하지만 깜짝 보상을 주는 것으로 유명한 매장주 Jay Kirkman은 100점 이상 획득한 플레이어에게 커스텀 야구 카드를 제공했습니다!

**MARK BYRD**  
CENTURION

**MARK BYRD** | 4

Centurion  
**BIRTHDAY:** July 21, 1993  
**HOMETOWN:** Flint, MI  
**FAVORITE FORMAT:** Standard

**SEASON HIGHLIGHTS:**

SEASON	POINTS	PLACE	EVENTS	AVG	BEST
2013 Autumn	113	8th	15	7.53	15
2013 Winter	129	13th	15	8.60	13

Mark has twice made day two of a Grand Prix, and once finished in the top 64!

**Topps** MOONLITE COMICS Frankfort, KY  
WWW.TOPPSONLINESTORE.COM

© 2008 THE TOPPS COMPANY, INC. ALL RIGHTS RESERVED.



## 준비 방법

- [topps.mytradingcards.com](http://topps.mytradingcards.com)을 방문합니다.
- 디자인을 선택합니다.
- 사진을 업로드하고 원하는 카드 뒷면을 고릅니다.
- 주문을 하면 계정을 만들라는 메시지가 표시됩니다.

이렇게 특별하면서도 비용이 적게 드는 아이디어를 사용하여 플레이어에게 투자하고 성의를 표시할 수 있습니다.

이러한 방법 중 하나를 시도하거나 자신만의 방법을 개발해 보십시오!



# 캐주얼한 분위기 조성: 공간 활용



# 온라인 경쟁업체를 물리치는 한 가지 방법

현대의 커피는 미국 워싱턴 주 시애틀의 1번가와 파인스트리트에서 시작되었습니다.

1980년대 후반 경쟁업체들이 고객 회전율을 높일 수 있도록 공간을 디자인할 때 [Starbucks](#)는 정 반대로 접근했습니다.

밀라노 커피 문화의 영감을 받은 Howard Schultz는 Starbucks를 느긋하게 쉬고, 친구를 만나고, 회의를 하거나 인터뷰를 진행할 수 있는 공간으로 만들었습니다.

본점의 성공 이후 Starbucks는 22,000여 개의 매장을 더 열었습니다. 오늘날의 게임 매장 역시 그 성공에서 많은 것을 배울 수 있습니다.

성공의 비결은 무엇일까요?

Starbucks가 디지털 경쟁업체는 따라할 수 없는 유기적인 판매 방식을 구사했기 때문입니다.

## 디지털 매장은 할 수 없는 오프라인 매장 운영 방식

“ '제3의 장소(Third Place)'는 매우 중요합니다. 왜냐하면 사람들이 가고 싶어하는 장소이기 때문입니다. —Amazing Heroes 매장의 Steve Nemeckay ”





Starbucks의 성공은 ‘제3의 장소 이론(Third Place Theory)’을 비즈니스에 적용한 가장 유명한 예입니다.



이 이론에 따르면 ‘제3의 장소’는 커뮤니티의 중추이며, 가정(제1의 장소)과 일터(제2의 장소)의 외부에 존재하는 사교 장소입니다.

스트레스를 해소하러 가는 곳으로, 유쾌함과 웃음이 가득하고 비판과 가식이 없습니다. 모두에게 열려있으며 직접 참여하면 특별함을 느낄 수 있습니다. 모두의 참여가 중요하지만 의무감으로 오는 사람은 없습니다.

‘제3의 장소’는 전통적인 매장에서는 거의 제공하지 않으며, 온라인 매장에서 제공할 수도 없습니다. [Panera Bread](#), [Life Time Fitness](#) 또는 [Uniqlo](#)와 같은 회사들은 이를 통해 전례 없는 성공을 거두었습니다.

게임 업계에도 이러한 유기적 방식을 사용하는 업체들이 있습니다.





## 디지털 게임에서는 할 수 없는 직접 대면 게임 방식

---

“ 단순히 모이는 것과 직접 만나 어울리고 노는 것은 즐거움 면에서 비교가 안 된다고 생각합니다.— ‘제3의 장소 이론’ 창시자, Ray Oldenburg ”

---

성공적인 게임 매장은 Oldenburg의 ‘제3의 장소 이론’에 따라 대체 불가능한 물리적인 환경을 제공합니다.

‘제3의 장소’를 제공하는 매장의 몇몇 특징들은 비교적 당연한 것들이며 적용하기도 쉽습니다. 매장 운영 시간을 고객에게 맞추고, 인테리어를 수수하게 꾸미며, 음식과 음료를 준비하는 것 등이 이에 포함됩니다.



‘제3의 장소’의 중요 속성은 주로 무형이며, 제공하려면 강한 ‘소프트 스킬’이 필요하다는 것입니다. 예를 들면 아래와 같습니다.

## 매장주보다 더 많은 신규 고객을 유치하는 단골 고객

동일한 전략을 사용하여 친근한 직원과 우호적인 커뮤니티를 만드십시오. 즉, 올바른 행동을 보상하고, 창의성을 권장하고, 모범을 보이고, 신규 고객의 유치를 돕는 플레이어에게 투자하십시오.

## 플레이어가 매장에 대한 소속감을 느끼도록 만들기

플레이어와 함께 이벤트를 진행하고 매장을 성공으로 이끄십시오. 주기적으로 피드백을 부탁하는 간단한 방법에서부터 [Golem Head Games](#) 매장의 멘토 프로그램과 같은 정교한 방법에 이르기까지 다양한 방법을 사용할 수 있습니다.

## 편하게 참여할 수 있는 분위기 조성

이벤트 구성 방식뿐 아니라 커뮤니티 관리 방식에서도 고객에게 우호적인 느낌을 주는 매장이 되어야 합니다. 프라이데이나이트매직에서 캐주얼 형식과 플레이어에게 친근한 신규 이벤트를 비롯한 다양한 형식과 이벤트를 제공하십시오. 이벤트에서 상위권 진출자뿐만 아니라 일반 플레이어에게도 참가와 스포츠맨십에 대한 보상을 제공하십시오. 단골 고객과 신규 플레이어를 이어주는 역할을 하십시오. 서로 인사를 나누게 하고, 신규 플레이어를 베테랑 플레이어에게 소개시켜 주고 도움을 받도록 하십시오.

많은 매장이 이러한 원칙을 바탕으로 성공을 거두고 있습니다. [Face to Face Games](#). [Game Wizard/Blue Sky Hobbies](#).

[WPN.Wizards.com/Articles](#)를 수시로 방문하여 WPN의 더 많은 사례를 확인하십시오.



# 한 오프라인 매장이 디지털 경쟁업체를 물리친 방법

Jolly Joker 매장은 디지털 경쟁업체들이 따라 할 수 없는 방식으로 오프라인 매장을 활용하여 성공을 거두었습니다.



# Armada Games 매장에서 추수감사절을 기념하는 방법

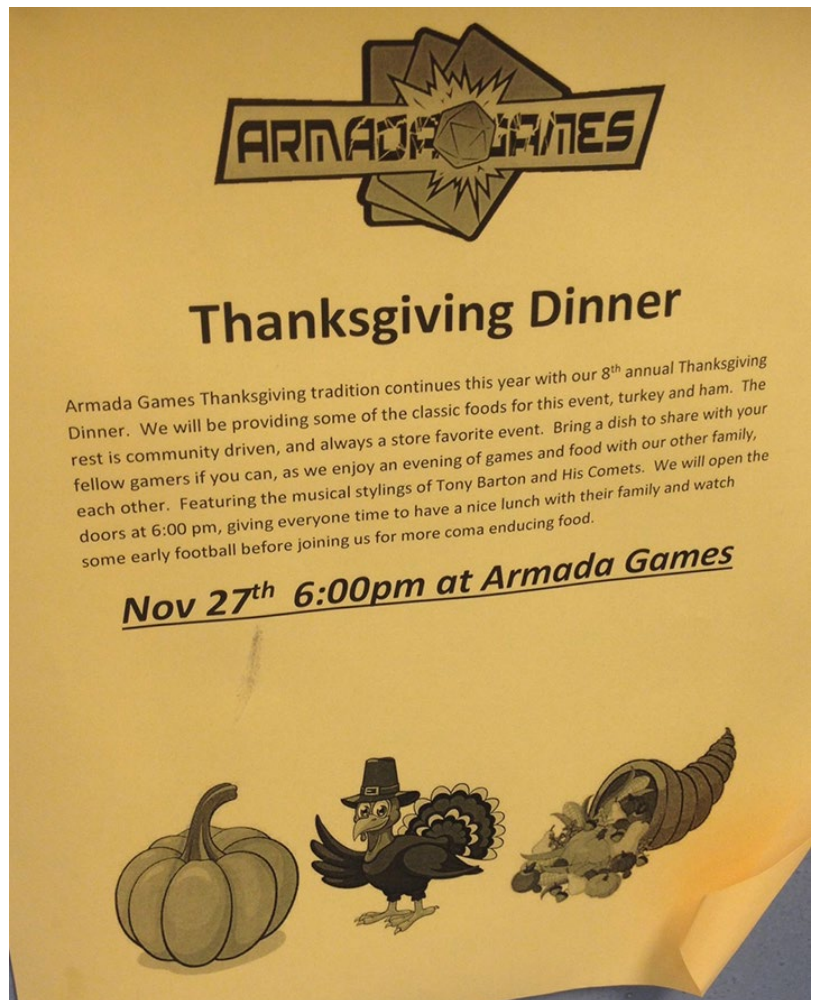
휴일은 이벤트 참가율이 그리 높은 때가 아닙니다.

학생들은 집으로 가고, 여윳돈은 여행에 사용됩니다. 이 시기에는 매장 이벤트가 다른 엔터테인먼트와만 경쟁하는 것이 아니라 가족 모임, 직장 파티, 선물 쇼핑 등과도 경쟁하게 됩니다.

그러나 Armada Games 매장에서는 여전히 커뮤니티가 휴일에도 매장을 찾을 계기를 마련하고 있습니다.

이 매장에서는 9년 연속으로 추수감사절(북미에서 전통적으로 칠면조 등의 풍성한 음식을 즐기며 보내는 휴일)을 기념하는 연회를 개최했습니다.

매장에서는 칠면조를 제공하고 플레이어들은 나눠먹을 음식을 가져오면 입장할 수 있습니다.



매우 풍성한 연회가 펼쳐집니다. 6가지 종류의 매시 포테이토와 함께 다양한 음식이 넉넉하게 준비됩니다. 유럽 플레이어들은 각자 고국의 전통 음식을 가져옵니다. 한 플레이어는 인기 만점의 버팔로 치킨 소스를 가져왔습니다. “맛이 끝내 줍니다.” 라고 매장주인 Michael Fortino는 말합니다.



함께 휴일을 기념하는 것이 왜 이렇게 효과적으로 커뮤니티를 형성하는 결실을 거둘 수 있게 하는 걸까요?

축구 경기, 콘서트, 그랑프리 등과 같은 경험을 공유할 때 얻는 즐거움과 소속감 때문입니다. 인류학자들은 이것을 “[커뮤니타스](#)”라고 부릅니다. 커뮤니티는 우리를 결속시키는 요소를 강화하고 분열시키는 것을 버리게 만드는

강력한 힘을 지니고 있습니다. [조사에 따르면](#) 고객은 여러분의 매장에서 느낀 강렬한 감정(좋은 것이든 나쁜 것이든)을 기억하고 그 밖의 다른 것들은 빠르게 잊어버립니다. 많은 매장에서 이러한 강렬한 감정의 순간을 만드는 방법에 집중함으로써 [많은 효과를 얻고 있습니다](#).





## 흠잡을 데 없는 연회를 위한 Michael의 팁:

- 적절한 이벤트 요원을 두고 참가자를 맞이합니다. (이벤트 허가증이 필요할 수도 있습니다.)
- 정리를 위한 충분한 시간을 할당합니다. (“매장에서 대비해야 할 것은 무엇인가요?”라는 질문에 Michael은 “뒷정리에 손이 많이 갈 것입니다”라고 대답합니다.)
- 음식 알러지가 발생하지 않도록 주의합니다. (견과류가 들어간 음식에는 라벨을 붙입니다.)
- 채식주의자/비건용 음식을 따로 준비합니다. ([여기](#)에서 몇몇 레시피를 알아보십시오.)
- 직원들에게 밤 근무를 쉬게 해 줍니다. (매장주만 근무합니다.)

Armada 매장에서는 기회가 될 때마다 휴일을 활용합니다.

예를 들어, 미국 독립기념일(7월 4일)에는 야외 요리 파티를 개최하고 적백청 모형 색칠 및 커맨더(모든 플레이어가 성조기에 있는 색깔을 공유하는 텍으로 시작)와 같은 미국을 주제로 한 활동을 진행합니다.

독립기념일과 추수감사절은 미국에만 해당되지만 “커뮤니타스”는 만국 공통입니다. 여러분이 있는 지역을 비롯한 모든 지역에는 각각의 휴일을 활용할 수 있는 기회가 있습니다!



