「重装机兵」真的能大卖吗!?

人气直线上升。在「最受期待新作 TOP20□□□Fami通》)中排名第4!排行榜解读 桝田省治

□Fami通》9月14日号的「最受期待新作」栏目中,「重装机兵」首次亮相即登上第14位;到了9月28日号,更是一跃升至第4。身为开发组成员,我们终于能松一口气。之所以如此,是因为我们听说这份排行榜在 批发商订货时被广泛参考。

因此,下面我将斗胆以"厂商单方面意见"为由可能被斥责,仍想说明一下阅读此排行榜时希望大家注意的几点。

首先,这份榜单最大的特点是:

游戏人气高度集中于系列作品与移植作品。

也就是说,前20名中,系列作和移植作竟占90%。几乎都是已有游戏或其续作。而「重装机兵」则是屈指可数、可称为完全原创的新作之一。

为何会出现如此失衡的排行榜?原因在于随着软件价格走高,玩家极度害怕买到"坑货"。相比之下,系列作或移植作的内容与质量相对可预期,令人安心,因而更受关注。

然而,仅凭这些稳定的作品,玩家真的满足了吗?

答案是否定的。聪明的批发商想必早已察觉:如今的游戏市场看似平稳,实则增长势头正逐渐放缓。玩家 开始对同质化游戏感到厌倦。从寄给□MM通信」的明信片里,我们深切体会到:玩家真正想要的是"完成 度带来的安心感"与"全新的刺激"。「重装机兵」已把这两点做足。

兼具安心感与新鲜刺激的「重装机兵」必将大卖!

这一点已通过□MM通信」在核心目标群体——初高中生中得到了充分验证,结果就体现在这次第4名的排名上。我们宣布:时机已经成熟!「重装机兵」大卖的土壤已就绪。请放心订货。「重装机兵」绝不会辜负玩家,更不会辜负各位批发商的期待。

电视广告也引发巨大反响。

相信已有不少人看过,我们在8月至9月间于全国范围播出了「重装机兵」的广告。瞄准中学生群体,重点投放深夜时段。"早就腻了屠龙那一套"这句台词鲜明地打出了与传统 RPG 截然不同的概念。结果,我们收到了《勇者斗恶龙》狂热粉丝寄来的抗议明信片,但声援信件的数量更胜一筹。发售前夕,我们将再次全国投放,进一步提升认知度。最后再次重申:时机已成熟,大卖的土壤已备齐\\()MM\\\)拜托各位!

面向渠道,每月发行两次□MM时报》。

为了让渠道伙伴第一时间掌握最新情报,自8月起推出 B4 尺寸、每月两期的□MM时报》,获得一致好评。

计划向玩家直投 DM□

配合「重装机兵」的发售节点,我们还将策划面向玩家的定期直邮广告,用细致入微的宣传方案切实扩大 目标人群。

杂志、报纸等多媒体广告全面铺开

10月起在各类 FC 杂志□□Fami通》□Family Computer Magazine□□丸胜FC□□FC必胜本》)投放杂志广告,内容与这本小册子封面一致,充满冲击力。

在全国各大报纸、杂志等媒体上开展提升认知度的宣传活动。

在广播节目《超学生Habita□□文化放送□KBC九州朝日放送)开设□MM专栏 」,每周一次向听众传递「重装机兵」的最新资讯。

METALMAX TSUSHIN, 桝田省治

From:

https://metalmax.org/ - STEEL RALLY

Permanent link:

https://metalmax.org/mms/archives/mm tsushin will metalmax really be a hit zh





https://metalmax.org/ Printed on 2025/08/30 02:18