

Разработка League of Legends гладко продвигалась, и не то чтобы у Сюнь Цзе не было дел в этот период, рекламный материал все равно был необходим.

Ядро игры Сюнь Цзе спрятано, в основном из-за опасений, что игровой процесс украдут конкуренты, поэтому он неоднократно кидал дымовые шашки.

Но теперь MOBA-игры могут быть не только League of Legends: и Penguin Games's Master of Kings, и Canopy Games's Hundred Ghosts and Nights - все они спешат воспользоваться большим пирогом, которым являются MOBA-игры.

В частности, EagleX Game Company доверила Айсфрогу разработку игры Gods and Demons Reborn, которая может стать DOTA в версии Аквамарины и, вполне возможно, будет крупнейшим конкурентом League of Legends.

При таком количестве людей, работающих над MOBA-играми, ни для кого не секрет, что геймплей уже давно готов, а конкуренты сосредоточены на деталях, и поэтому рекламная составляющая, безусловно, вытягивает все силы.

Набрав обороты после предыдущего трейлера CG, A Twist of Fate, Сюнь Цзе вложил много денег в оффлайн-рекламу. Рекламу League of Legends можно было увидеть на автобусах, вокзалах, в метро и других местах.

Несмотря на то, что есть только название и несколько гигантских плакатов с изображением героев и т.д., она все равно привлекает внимание многих людей лицом Израэля, Катарины и т.д.

Это заставило Penguin Games, а также Canopy Games тайне проклинать Сюнь Цзе за то, что он следует правилам боевых искусств и добродетели, очевидно, что у обоих были игровые CG, которые привлекли достаточно тепла к League of Legends, но они даже хотели конкурировать с ними в оффлайне.

Однако, как ни ругайся, конкуренция в плане рекламе не могла быть ослаблена, у них тоже были свои каналы, и они не обязательно проигрывали Сюнь Цзе.

Игра не так хороша, как у Сюнь Цзе, может быть, и оффлайновая реклама тоже не так хороша? Это невозможно! Абсолютно невозможно!

Исходя из этого, можно сказать, что Original Spark, Penguin Games и Canopy Games вели особенно оживленную и упорную борьбу за оффлайн-рекламу.

Что касается онлайн-рекламы, то и Penguin Games, и Canopy Games испустили долгий вздох, потому что Сюнь Цзе выпустил ядерное оружие в виде песни.

После некоторых переговоров Сюнь Цзе согласился сотрудничать с рок-группой, которая была в стране, и разрешил им исполнить песню "Numb".

Группа называется Kui Niu Band, название происходит от имени зверя в Классике гор и морей, форма быка, бледное тело без рогов, нога, в воде и из воды будет ветер и дождь, его свет подобен солнцу и луне, а его звук подобен грому, его имя Kui.

Kui Niu оправдали свое название, они ярко блистали на сцене, а их песни были популярны не только в Китае, но и даже за рубежом, и все равно приобрели большое количество поклонников.

В оригинальном мире песню "Numb" исполняет группа Linkin Park, будоражащая музыка, прямо в душу проникает текст, у многих людей, которые следуют за ревом этой песни, в сердце высвобождаются эмоции.

Даже если вы не понимаете слов песни, музыка не имеет границ, добро есть добро, и даже простое прослушивание мелодии песни поднимает настроение.

В "Аквамарине" нет Linkin Park, но Kuihou Band тоже неплохи, и их популярность обусловлена их мастерством, а не продажностью персон и прочей ерундой.

Кстати, все участники группы Kui Niu были поклонниками Сюнь Цзе, и хотя они тоже называли его Собачим вором, они были очень рады возможности работать с ним.

Кроме того, песня, предоставленная Сюнь Цзе, пришлась им по вкусу, и, прослушав демо-версию, они были близки к тому, чтобы обнять за бедра и с бесстрастным видом заявить, что песню должны исполнить они. Стороны сразу же нашли общий язык, и процесс сотрудничества можно назвать очень гладким, а после записи песни и съемок клипа Сюнь Цзе и Kui Niu Band начали ее продвижение.

— Проклятье! Новая песня Kui Niu Band!

— Дерьмо! Есть еще и клип!

— Блин, текст и музыка от Собачего вора!

— Значит, Собачий вор также хорош в написании песен на иностранных языках?

— И это песня в стиле рок, Собачий вор скрывается очень глубоко.

— Разве Собачий вор не работает над League of Legends? Почему у него до сих пор хватает сил и времени писать песни для других?

— Не-а! Вы, ребята, посмотрите! Это саундтрек для League of Legends!

— Хахаха! Воришка не соблюдает правила! Вместо CG он выпустил песню!

— Разве есть какие-то сомнения в музыкальных способностях Вора? Просто он долгое время ничего не выпускал, но это не значит, что его музыка плоха!

— Ребята, вы слышали песню? Она такая крутая и страстная!

— Да! Я хочу выйти на улицу и петь ее во все горло!

— Классная песня! Я собираюсь поставить эту песню в качестве рингтона.

— А я собираюсь установить ее в качестве мелодии будильника.

— Крутой парень! Когда утром включается эта песня, нужно сразу вскакивать с постели?

Шумиха, поднятая игроками, известность группы Kui Niu, а также Сюнь Цзе, и качество самой песни "Numb" привели к тому, что она быстро стала популярной.

Если открыть некоторые платформы для просмотра коротких видеороликов, то во многих из них в качестве фоновой музыки используется песня "Numb", а если пройти по улице, то можно услышать, как в некоторых торговых центрах, магазинах и т.д. время от времени звучит эта песня.

А в частном порядке, когда некоторые люди слышат мелодию звонка мобильного телефона своих друзей, одноклассников или коллег, они также мгновенно увлекаются мелодией песни и спрашивают ее название. И чем шире будет огласка Numb, тем больше будет популярности League of Legends. В конце концов, это тематическая песня League of Legends, и в ней обязательно упоминается игра.

Наблюдая за тем, как League of Legends стала вирусной в интернете благодаря песне "Numb", которая распространилась и в оффлайне, Penguin Games и Canopy Games после долгого перерыва занялись рекламой.

Особенно это касается Penguin Games. При входе любое приложение от Penguin Games будет появляться всплывающее окно с рекламой их игры Master of Kings.

Хотя это и дает определенный эффект, но может иметь и негативный эффект: например, это может заставить некоторых игроков, которые все еще немного заинтересованы в The King's Master, еще больше отвлечься от игры.

Это похоже на то, как иногда хочется навести порядок в комнате, но не успеешь начать это делать, как семья просит тебя об этом, и у тебя сразу пропадает желание убирать.

Глядя на рекламу Penguin Games Game и Canopy Game, Сюнь Цзе не мог не улыбнуться: хорошо, когда торопишься! Если торопиться, то легко наделать ошибок, если же полностью стимулировать бунтарский менталитет игроков, то он сможет выиграть еще один раунд.

Реклама League of Legends также была чрезмерной, но это была оффлайн-реклама, которой занимаются многие компании, поэтому к ней относятся с пониманием.

В онлайн-рекламе ставка делается не только на песни, но и на CG, и даже если не принимать во внимание игру, то и то, и другое - высокого качества, о чем свидетельствует тот факт, что группа Kui Niu включила песню "Numb" в свой альбом.

В онлайн-рекламе "League of Legends" многое зависит от сарафанного радио между игроками, и эффект от этого в рекламе, безусловно, лучше, чем от грубого навязывания игры.

<http://tl.rulate.ru/book/79545/3341596>