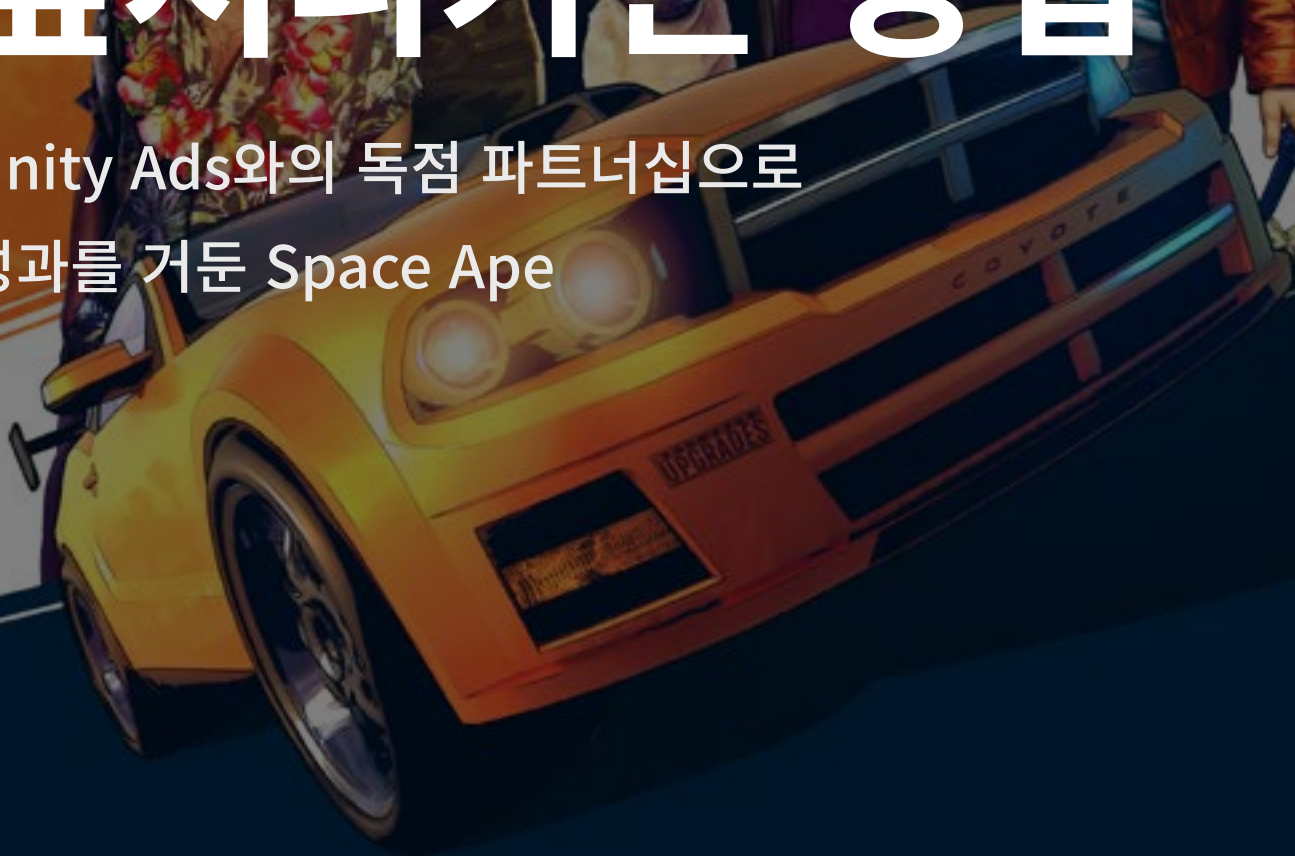


# 경쟁에서 앞서나가는 방법

Unity Ads와의 독점 파트너십으로  
성과를 거둔 Space Ape



# Space Ape: Unity Ads 사례 연구

## 게임

패스트레인: 로드 투 리벤지  
(Fastlane: Road to Revenge)

## 목표

신작 게임을 통해 빌드 앤 배틀 장르를 넘어 게임 디자인의 영역 확대

## 플랫폼

Android, iOS

## 팀 구성

총 100명 이상의 직원이 7개의 팀으로 근무

## 위치

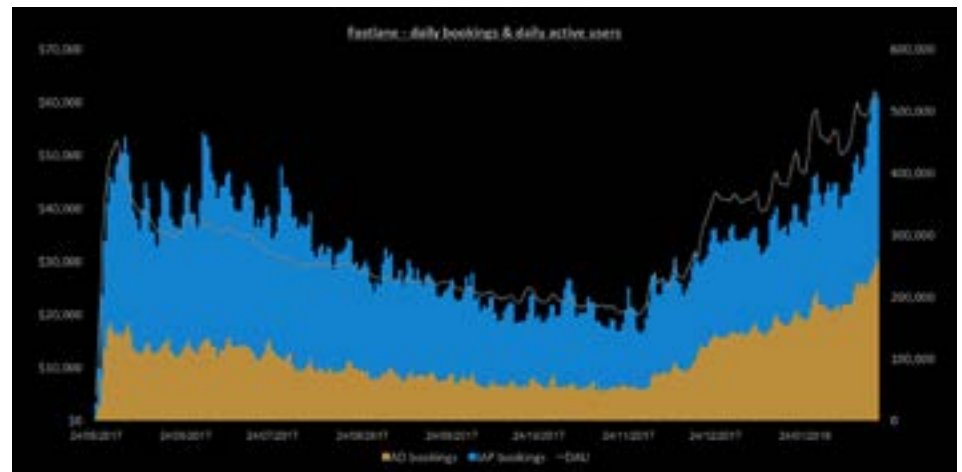
영국 런던

영국의 게임회사인 Space Ape는 Supercell의 투자를 받았으며, 새로운 장르의 게임을 개발하여 성공을 거두는 데 집중하고 있습니다. 따라서 무엇보다도 대담한 창의성을 발휘하고 기존의 성공 비결을 적절하게 활용하는 것이 중요합니다. 패스트레인: 로드 투 리벤지는 Space Ape의 게임 중 빌드 앤 배틀(build-and-battle) 장르에서 벗어난 최초의 게임으로, 과거의 성공작을 넘어 다른 분야를 개척하고 새로운 수익화 방식을 시도한다는 점에서 큰 의미를 지닙니다.

2012년에 설립된 게임 개발업체 Space Ape는 4개의 게임을 출시하여 현재까지 다운로드 횟수 4천 5백만 건, 총 매출 1억 2천 5백만 달러라는 기록을 달성했습니다. 이제 Space Ape는 Supercell의 지원에 힘입어, 빌드 앤 배틀 장르에서의 성공을 새로운 장르로 이어나가기 위해 총력을 기울이고 있습니다. 이를 위해 신작 패스트레인: 로드 투 리벤지의 개발부터 인지도 구축, 수익화에 이르기까지 모든 과정에 걸쳐 유니티와 긴밀하게 협력하여 만족스러운 성과를 얻을 수 있었습니다. Space Ape는 유니티를 독점 광고 수익화 업체로 선정하고 유니티의 통합 경매 방식(Unified Auction)을 통해 앱 내 구매(IAP)와 보상형 비디오를 효과적으로 활용했습니다. 그 결과 플레이어의 만족도를 올릴 뿐만 아니라, 사용자 광고 LTV를 최적화하고 게임의 인기와 수익을 크게 높일 수 있었습니다.

## 결과:

- 2017년 11월부터 패스트레인: 로드 투 리벤지의 일일 사용자 수(DAU) 55만 명으로 3배 증가
- 일간 사용자 평균 매출(ARPPDAU)은 0.25달러, 이 중 0.011달러는 광고만으로 달성
- 광고 수익은 5배 증가하여 일일 3만 달러 기록
- 플레이어 재접속율 유지
- 사용자 확보를 위해 활발한 재투자



# 유니티와의 장기적 파트너십

Space Ape는 기존에 유니티 엔진 기반의 게임 3개로 성공을 거두었으며 유니티의 담당자들과도 우호적인 관계를 유지하고 있었습니다. 따라서 강력한 협업 파트너를 선정하는 과정에서 자연스럽게 유니티를 선택하게 되었습니다.

Space Ape는 게임 개발, 출시와 수익화에 이르는 전체 수명 주기에 걸쳐 성공을 거두는 데 도움이 되는 파트너로서 유니티를 신뢰할 수 있다고 판단했습니다.

니콜라스 볼레이(Nicolas Boulay) Space Ape 성장 전략 담당자는 “Space Ape는 유니티 엔진을 사용하여 게임을 개발하고, 사용자 확보 플랫폼을 통해 홍보했습니다.”라며, “최근 패스트레인: 로드 투 리벤지를 출시하며 유니티의 Unified Auction과 독점 파트너십을 체결한 결과, 사용자의 광고 LTV를 최적화하고 더 심층적으로 이해할 수 있었습니다.”라고 말했습니다.

Unified Auction은 가장 높은 금액으로 입찰한 광고주에게 광고가 낙찰되는 오픈 마켓플레이스를 제공합니다. 따라서 퍼블리셔는 더 높은 수익을 얻을 수 있고, 광고 품질을 더욱 철저히 관리하여 플레이어의 경험을 긍정적으로 유지할 수 있습니다. 유니티는 광범위한 유니티 개발자 네트워크, 파트너를 위한 헌신적인 지원과 정교하고 효과적인 제품을 통해 업계에서 가장 우수한 서비스를 제공합니다.



# 플레이어와의 상호 신뢰 관계 구축

Space Ape는 플레이어와 상호 신뢰 관계를 구축하고 만족스러운 플레이어 경험을 유지하는 것이 장기적인 성공의 필수 조건이라고 믿으며, 캐주얼 게임 시장에서 플레이어와 긍정적인 관계를 구축하려면 섬세한 균형을 유지해야 한다는 점을 잘 알고 있습니다.

미키 엘리멜렉(Mickey Elimelech) Space Ape CMO는 “플레이어에게 긍정적인 게임 경험을 제공하는 것이 결과적으로 가장 중요합니다. 즉, 플레이어들이 앞으로도 오랫동안 플레이할 수 있는 게임을 서비스하는 것이 목표죠.”라고 말했습니다.

또한 Space Ape는 대중을 대상으로 하는 게임에서 유일한 수익원으로 IAP에만 의존하면 안 된다는 점도 알고 있었습니다.

엘리멜렉은 “무조건 광고만 내보내면 플레이어들이 게임을 그만둘 수도 있다는 사실을 잘 알고 있었습니다. 따라서 게임에 자연스럽게 어울리는 광고와 IAP를 모두 활용할 수 있는 방법이 필요했습니다.”라고 말했습니다.

“무조건 광고만 내보내면 플레이어들이 게임을 그만둘 수도 있다는 사실을 잘 알고 있었습니다. 따라서 게임에 자연스럽게 어울리는 광고와 IAP를 모두 활용할 수 있는 방법이 필요했습니다.”

미키 엘리멜렉, Space Ape Games CMO



# 수익 증대와 플레이어 만족도 유지

Space Ape는 플레이어들이 수용할 수 있는 광고를 만들려면 광고가 게임의 일부로 느껴지도록 처음부터 게임플레이에 자연스럽게 어울리는 방향으로 디자인하는 것이 가장 좋다는 결론을 내렸습니다. Space Ape 스튜디오는 소규모 팀으로 구성되어 있으며, 각 팀이 독립적으로 의사결정을 내릴 권한이 있습니다. 덕분에 블레이는 제품 팀, 게임 팀 및 유니티와의 원활한 협업을 통해 수익화에 대한 논의를 진행하여 최상의 사용자 경험을 제공하고 비즈니스 모델을 최적화할 수 있었습니다.

블레이는 “유니티는 언제나 즉각적으로 우리의 요구 사항에 부응했습니다.”라며, “유니티 담당자들은 언제든지 우리의 질문에 답변하고, Auction 전체에서 광고를 최적화할 수 있도록 도왔으며, 최적화가 어떤 방식으로 이루어지는지 정확하게 이해할 수 있게 해주었습니다.”라고 말했습니다.



레벨 완료 시점



광고 시청 후 1레벨 상승



보상 받고 이어하기

# DAU 3배 증가, ARPPDAU 30% 상승

패스트레인 팀은 대대적인 베타 테스트를 진행한 결과, 레이스가 끝난 후에 보상형 비디오 광고를 옵션으로 삽입하면 플레이어들의 반응률이 더 높아진다는 사실을 확인했습니다. 이러한 인사이트는 이후 전 세계에 게임을 출시할 때 효과적으로 활용되었습니다.

블레이는 “독점 파트너로서 유니티는 Unified Auction을 통해 플레이어의 경험을 최적화하는 동시에 게임에서 수익을 창출할 수 있도록 지원하는 독보적인 역할을 합니다. 유니티의 광범위한 개발자 네트워크, 파트너를 위한 헌신적인 지원과 정교하고 효과적인 제품을 통해 수익을 증대하는 동시에 플레이어의 만족도를 유지할 수 있었습니다.”라며, “덕분에 IAP와 광고를 적절히 활용하여 사용자 경험과 평생 가치(LTV)를 최적화하고 수익도 높일 수 있었습니다.”라고 말했습니다.

“Unity Ads와의 협업을 통해 광고 ARPPDAU가 30% 증가하는 등 CPM 측면에서 큰 효과를 얻었으며, 마케팅에 재투자하여 플레이어 재접속율에 큰 영향을 미치지 않으면서도 두 달만에 DAU와 수익을 3배 높일 수 있었습니다.”

니콜라스 블레이, Space Ape Games 성장 전략 담당자

# 모바일 게임 수익화에 대해 자세히 알아보고 싶으신가요?

[unity3d.com/kr/solutions/mobile-monetization](https://unity3d.com/kr/solutions/mobile-monetization)을 방문하세요.

또한, [unityads.kr@unity3d.com](mailto:unityads.kr@unity3d.com) 으로 문의하시면 더 상세하게 안내해 드리도록 하겠습니다.