



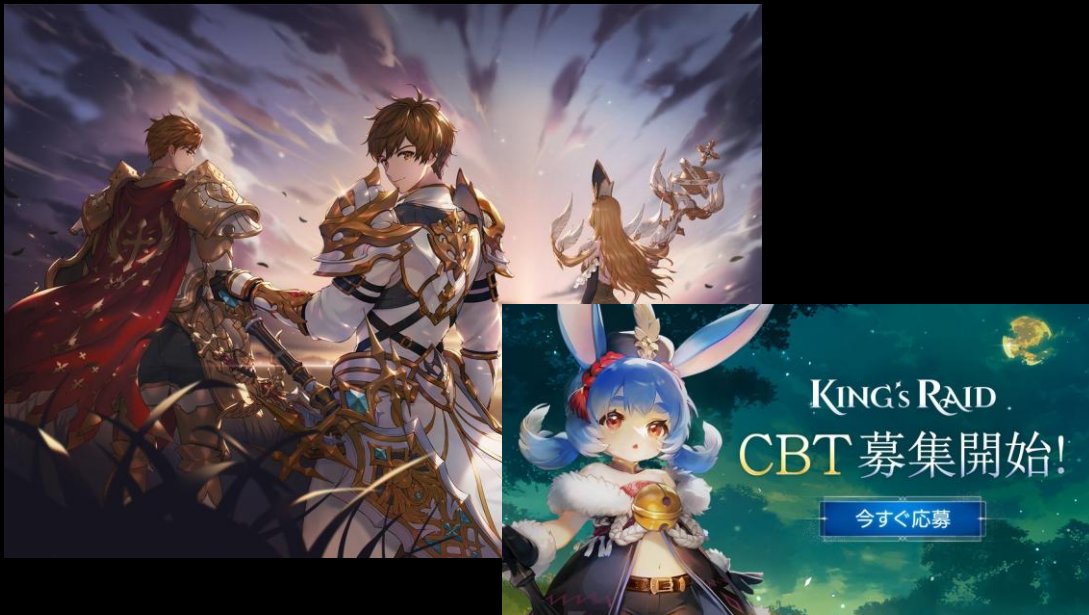
DIGITAL HEARTS

Seoul

마케팅 사례



| 실적: Digital Hearts Seoul



타이틀	킹스레이드
장르	모바일 수집형 RPG
출시 일자	2026년 4Q
마케팅 실시	2026년 상반기

캠페인 목표

서비스 종료 후 재출시하는 《킹스레이드》의 소식을
다시 한 번 명확히 전달하여
기존 팬 및 신규 유저 인지도 확대.

동시에 게임 전문 기사가 직접 CBT에 참가하며
일본 유저에게 긍정적인 반응을 얻을 수 있을지 사전 검증

캠페인 전략

CBT 시작과 함께 GameWith에서
CBT 선행 플레이 리뷰 기사를 게재하고
동시에 각종 배너 게재하며 화제성 환기

캠페인 결과

기사: 11,622PV,
각 배너 CTR 2% 이상 달성

GameWith 공식 X의 소개 포스트 또한
조회수 4.4만, RP 133건, 좋아요 266건 달성하여
충분한 관심도를 끌어올림



타이틀	솔라테리아
장르	메트로배니아 패링 액션
출시 일자	2026.03.
마케팅 실시	2026년 상반기

캠페인 목표

게임 출시 직전 스팀 Next Fest 참가,
PC 타이틀의 주요 관심·구매층에게 인지 제고하여
SNS 확산·위시리스트 등록 유도

캠페인 전략

SNF 전 폭넓은 매체에 보도자료 배포,
SNF 시작과 동시에 선행 플레이 기사를 게재하며
화제성을 연출하여 지속적인 관심 제고.

동시기에 GameWith를 통한 각종 배너 및 슷폼 게재,
X 위시리스트 캠페인을 실시하여 유저 참여 유도

캠페인 결과

패미통, 4Gamer, 전격 온라인 등
일본 유력 매체에 보도자료 게재 성공.

GameWith 선행 플레이 기사는 14,902PV를 기록,
위시리스트 캠페인은 조회수 7.5만 및 RP 248건을
기록하며 반응을 얻음

| 실적: Digital Hearts Seoul



타이틀	마녀의 샘 R
장르	마녀 육성 RPG
출시 일자	2023.09.26
마케팅 실시	2025년 하반기

캠페인 목표

《마녀의 샘》 시리즈 10주년을 맞이하여
신규 DLC 발매 & 본편과 기존 DLC를
Steam에서 역대 최대 할인율로 세일 실시.

세일 기간에 맞춰 타이틀 인지 확대 / 세일 어필

캠페인 전략

6/28~7/10 세일 기간인 13일 동안
일본 최대 게임 미디어 중 하나인 GameWith에 노출.

모바일 · PC · GameWith 어플 등 모든 지면 노출,
게임위드의 모든 유저에게 소구

캠페인 결과

일본에 맞는 크리에이티브 및 적절한 세일 소구로
평균을 웃도는 높은 광고 실적 기록

기사 : 4,886 PV/ 3.32% CVR(Steam 전환)
배너 광고 : 5,744,059 imp



타이틀	리메멘토 – 하얀 그림자
장르	오픈월드 턴제 RPG
출시 일자	2024.12.18
마케팅 실시	2025년 하반기

캠페인 목표

게임 출시에 따른 인지도 파워 상승
온라인 내 화제감 조성·인스톨 촉진 기대

캠페인 전략

출시 직후 게임 업데이트에 맞춰
일본 최대 게임 미디어 GameWith/ 4Gamer와 협업

4Gamer) Radio Tap 생방송+기사, X 플랫폼 고지
GameWith) 소속 Vtuber X, 라이브 스트리밍(숏폼 활용)

캠페인 결과

핏한 KOL 활용을 통해 온라인 내
화제감 조성 및 인스톨 유도

4Gamer) 방송 동시 시청자 730명 이상, 5,7천회 이상 조회
GameWith) 95 인스톨, 숏폼 포함 영상 17만 이상 조회



타이틀	오구와 비밀의 숲
장르	어드벤처, 퍼즐
출시 일자	PC) 2024.07.29 NS) 2025.04.29
마케팅 실시	2025년 상반기~하반기

캠페인 목표

오구 IP를 활용하여
'오구와 비밀의 숲'
게임에 대한 접근성 및 친근감 강화
이를 통한 게임 유입

캠페인 전략

IP의 레거시를 심분 활용하기 위해
디지털 확산 전략을 사용.

귀여운 캐릭터를 그리는 일러스트 KOL 및
애니메이션을 좋아하는 유저 타겟으로 SNS광고 집행,
게임유저가 많은 게임위드에 DA 집행

캠페인 결과

일본에 맞는 크리에이티브 및 적절한 세일 소구로
평균을 웃도는 높은 광고 실적 기록

기사: 총 1,440,886 PV/ 2.50% CVR(Switch 전환)
배너 광고 : 840,000 이상 imp



타이틀	스테퍼케이스
장르	추리, 비주얼 노벨, 텍스트 어드벤처
출시 일자	PC) 2023.03.10 NS) 2025.05.29
마케팅 실시	2025년 상반기~하반기

캠페인 목표

메인이 아닌 장르, 스팀 기출시 등
외부환경의 압박 속에서
닌텐도 스위치판의 성공적인 출시를 위해
콘솔을 고려한 인지도 및 친근감 제고

캠페인 전략

게임의 노출도 극대화를 위해
PR, KOL, SNS 광고 등의 브랜딩 작업

게임 판매를 위해
일본 최대 게임 미디어 중 하나인 GameWith 노출 및
스위치 채널로 유입

캠페인 결과

지속적인 타겟 노출을 통해 관심도 증가
크리에이티브 및 적절한 세일 소구로 효율성 강화



타이틀	탕후루의 달인
장르	시뮬레이션, 먹방, ASMR
출시 일자	2023.09
마케팅 실시	2024년~2025년

캠페인 목표

접근성이 좋은 게임으로 인지도를 높여 오가닉을 최대화
사전에 번역부터 스토어 소개글, 스샷, 키워드 최적화까지 셋팅

캠페인 전략

UA 외
기사 및 CM송 제작, 인플루언서 채용 및 광고 활용 등
타겟에 맞춘 소재 및 확산하기 쉬운 방식으로 진행

캠페인 결과

일본) 종합게임 랭킹 1위 등극
마케팅 이후 매출 및 다운로드 증가