

Dark Jay Studio

jak indie zespół przygotował się do globalnej premiery *Arms of God* z pomocą Akceleratora Digital Dragons

Dark Jay Studio powstało z pasji Barbary i Dominika – małżeństwa, które postanowiło samodzielnie pracować nad grą wideo. Ich wspólnym celem stała się produkcja *Arms of God* – mrocznego roguelite autoshootera inspirowanego klasykami gatunku. Gra opowiada historię samotnego bohatera walczącego z siłami piekielnymi i wyróżnia się unikalną mechaniką jednoczesnego korzystania z pięciu broni. Twórcy postavili na samodzielnie tworzoną oprawę graficzną – bez użycia sztucznej inteligencji – która miała podkreślić artystyczny charakter projektu i nadać mu osobisty rys.



Choć od samego początku towarzyszyła im jasna wizja, szybko okazało się, że na drodze do sukcesu stoi szereg wyzwań. **Największym z nich była skala przedsięwzięcia: Dominik jako solo developer odpowiadał za całość prac technicznych, natomiast Barbara zajmowała się stroną biznesową i marketingową – we dwójkę musieli zadbać o wszystko.** Na dodatek rynek gier indie jest wyjątkowo konkurencyjny, a dotarcie z nowym tytułem do zagranicznych graczy wymaga nie tylko jakościowego produktu, lecz także dobrze zaplanowanej strategii marketingowej i odpowiedniego wsparcia.

Nowe możliwości w Akceleratorze Digital Dragons



Świadomi ograniczeń i potrzeb, Barbara i Dominik zgłosili się do Akceleratora Digital Dragons z nadzieją, że program pomoże im przygotować *Arms of God* na rynek globalny. Liczyli nie tylko na rozwój kompetencji i wsparcie eksperckie, ale przede wszystkim na pomoc w przełamaniu bariery widoczności oraz zbudowaniu zaangażowanej społeczności graczy.

Już od pierwszych tygodni uczestnictwa studio zaczęło korzystać z zasobów oferowanych przez program. Spotkania z mentorami i praktykami z branży pozwoliły na uporządkowanie planu działania oraz skonkretyzowanie celów promocyjnych. Równolegle rozpoczęto prace nad lokalizacją gry i strony Steam – przygotowano wersje w czterech językach: japońskim, francuskim, hiszpańskim i portugalskim. Ta decyzja otworzyła grze drzwi do rynków, na które wcześniej trudno było realnie liczyć.

Dzięki wsparciu programu *Arms of God* zyskało też szansę pokazania się na ośmiu wydarzeniach branżowych – zarówno stacjonarnych, jak i online – co umożliwiło nie tylko nawiązanie pierwszych kontaktów biznesowych, ale też obserwację reakcji potencjalnych graczy na wczesne wersje gry. Kluczowym elementem strategii promocyjnej były również kampanie reklamowe prowadzone na platformach takich jak Reddit, Meta i TikTok.

Starannie zaplanowane działania wygenerowały niemal dziesięć milionów wyświetleń, ponad 350 tysięcy kliknięć oraz współczynnik klikalności na poziomie 3.5%, co potwierdziło skuteczność przyjętej strategii.

W tym samym czasie rozpoczęto szeroko zakrojone testy produktu. Ponad pięć tysięcy graczy wzięło udział w testach rozgrywki, a blisko 650 z nich podzieliło się wypełnionymi ankietami. Zgromadzony feedback pozwolił zidentyfikować kluczowe obszary do poprawy: mechaniki, balans oraz tempo rozgrywki.

Wyzwania

- Dwuosobowy zespół i **ograniczone zasoby finansowe**
- **Konkurencyjny** rynek gier indie
- Potrzeba **zwiększenia widoczności** i dotarcia do graczy globalnie

Działania w Akceleratorze Digital Dragons

- **Lokalizacja gry** i strony na Steamie (4 języki)
- Udział w **8 wydarzeniach** branżowych (online i offline)
- **Kampanie reklamowe** (Reddit, Meta, TikTok)
- Testy z udziałem **5 000+ graczy i 650 ankiet**
- **Mentoring i rozwój** strategii marketingowej



Fundusze Europejskie
dla Nowoczesnej Gospodarki



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Wzrost potencjału sprzedażowego gry

Wszystkie podjęte działania przyniosły konkretne efekty. **Liczba wishlist na platformie Steam wzrosła z 8714 w grudniu 2024 roku do 15 595 w kwietniu 2025, co oznacza poprawę wyniku o 79% i wielokrotne przekroczenie celu założonego na poziomie 10% dla danego etapu projektu.** Dzięki przemyślanej lokalizacji oraz obecności na wydarzeniach branżowych znacznie wzrósł potencjał sprzedażowy gry, zwłaszcza na tak istotnych rynkach jak Japonia, Hiszpania, Brazylia czy Kanada.

Zespół Akceleratora DD bardzo wysoko ocenił współpracę z Dark Jay Studio, zwracając uwagę nie tylko na oryginalność projektu, ale przede wszystkim na dojrzałość organizacyjną i dużą otwartość na feedback. Pomimo ograniczonych zasobów, studio skutecznie łączyło rozwój produktu z obowiązkami wynikającymi z udziału w programie i aktywnością promocyjną.

Dzisiaj gra *Arms of God* wchodzi w ostatni etap produkcji. **Choć premiera gry zaplanowana jest na luty 2026 roku, projekt już teraz odnosi pierwsze sukcesy – zdobył trzeci nagrodę w konkursie Awards na Digital Dragons Conference 2025. Wyróżnienie to, w połączeniu z wysoką widocznością tytułu na Steamie (gdzie przebił się spośród tysięcy innych gier), zaowocowało podpisaniem umowy wydawniczej.** Dzięki solidnym fundamentom marketingowym, zaangażowanej społeczności i pierwszym relacjom biznesowym studio ma szansę na realny, komercyjny sukces. Historia Dark Jay Studio pokazuje, że nawet niewielki, ale zdeterminowany zespół może skutecznie zawalczyć o swoje miejsce na globalnym rynku gier – pod warunkiem, że sięgnie po odpowiednie wsparcie we właściwym momencie.



Efekty

Wzrost wishlist na Steamie

z 8 714 → 15 595 (+79%)

(przy założonym celu +10%)

Kampanie reklamowe



Sukcesy

- Trzecie miejsce w Indie Dragons Awards na Digital Dragons Conference
- Podpisana **umowa wydawnicza**
- Wysoka widoczność** na Steamie



Fundusze Europejskie
dla Nowoczesnej Gospodarki



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską

