

В скором времени эта игра быстро стала очень популярной, в том числе из-за того, что многие игроки обнаружили, что одежда этого бренда отличалась высоким качеством и выглядела хорошо.

В конце концов, все вещи этого бренда разрабатывались отечественными первоклассными дизайнерами, а используемые материалы для создания одежды были одними из лучших на рынке.

К тому же с точки зрения цены эта одежда была очень близка к обычным людям. Любой, кто мог позволить себе виртуальную капсулу, имел более высокий уровень потребления и качество жизни, и они с удивлением обнаруживали, что вещи этого бренда обладали не только хорошим качеством, но и хорошей ценой.

На самом деле причина низкой цены была очень проста — они пока что не тратили денег на продвижение.

Чэнь Мо ранее подчеркнул, что пока что тратить деньги на рекламу не стоило.

У некоторых известных международных брендов ежемесячные расходы на рекламу могли достигать нескольких десятков и сотен миллионов долларов.

И все эти потраченные деньги в конечном счете ложились на плечи потребителей.

Однако у этого бренда таких расходов пока что не было. Им не нужны были физические магазины, не нужно было нанимать работников в магазины и не нужно было тратить никаких ресурсов на рекламу. Из-за этого стоимость конечного продукта была маленькой.

Однако отсутствие традиционной рекламы не означало, что никто так и не узнает об этом бренде.

После того, как игроки обнаружили, что одежда этого бренда была такой хорошей и дешевой, новость об этом быстро распространилась. В конце концов, еда, одежда и жилье являлись основными потребностями людей.

Из-за этого буквально за день склад с вещами был полностью опустошен!

Ли Цзиншу, Ли Цзинси и ее брат были в шоке.

Так как Чэнь Мо сказал им накопить как можно больше одежды, они немного беспокоились о том, что будут делать со всем этим товаром в ближайшем будущем, но в результате оказалось, что они были слишком близорукими...

Какая реклама могла оказать подобный эффект?

Даже если бы они потратили много денег на рекламу по телевизору или в интернете, людям потребовалось бы много времени на понимание и одобрение, после чего столько же времени им понадобилось бы на принятие этого совершенно нового бренда.

Однако всего за один день все быстро изменилось.

Они буквально получили огромную базу игроков компании «Удар молнии» и репутации Чэнь Мо в качестве гарантии. Так как название их бренда было связано с игрой «Приморский особняк», это стало основным толчком бешеных продаж.

В то же время, благодаря отличному качеству одежды и отличному дизайну, их бренд быстро завоевал хорошую репутацию среди покупателей.

Как только в сознании многих людей сформировалась концепция «Вещи в приморском особняке дешевые и доступные», они невольно связывали эту концепцию с их брендом.

Более того, этот бренд имел огромное преимущество по сравнению с другими брендами одежды – вещи этого бренда можно было примерить онлайн!

Игроки могли примерить любую одежду в «Приморском особняке». Примерив ее, они могли спокойно продолжить примерять другую одежду. Если они находили что-то хорошее, они могли купить ее онлайн.

Более того, система автоматически помогала им выбрать размер. Им не нужно было бегать по физическим магазинам, и им не нужно было думать над тем, какой размер у них был, если речь шла об обычных интернет-магазинах.

И поскольку точность примерки была очень высока, покупатели в принципе не могли столкнуться с ситуацией, когда разрыв между виртуальной и реальной одеждой был слишком велик, так что купленная одежда в основном соответствовала их ожиданиям.

Из-за этого негативных отзывов будет существенно меньше.

Поэтому после того, как игроки открыли для себя игру «Приморский особняк», связанный с этой игрой бренд стал популярным.

Однако многие задавались вопросом — был ли этот бренд как-то официально связан с компанией Чэнь Мо?

Но это не имело особого значения, так как сразу после выхода обновления на их складе уже

была партия каждого типа одежды.

Из-за этого многие люди спрашивали сотрудников его компании на форумах и на «Вейбо». Существовала ли связь между игрой компании «Удар молнии» и этим брендом?

На самом деле, независимо от того, были связаны эти вещи или нет, большинству было плевать, но всегда существовали те, кто хотел докопаться до истины.

Вскоре Чэнь Мо официально объявил, что в игре «Приморский особняк» был представлен бренд, который напрямую сотрудничал с компанией «Удар молнии». Вся одежда, представленная в игре, была одобрена компанией «Удар молнии», так что игроки могли спокойно и дальше приобретать одежду этого бренда.

Кроме того, он заявил о том, что все вещи были изготовлены из лучших материалов, и любые проблемы с качеством будут должным образом решены представителями этого бренда, и для решения проблем не нужно будет преодолевать тысячу и одну проблему.

Кроме того, он также объявил о том, что с этого момента все покупки в игре будут напрямую влиять на цену реальной вещи. Любой, кто купит соответствующую вещь в игре за бриллианты, сможет купить эту же вещь в реальности со скидкой!

Если игрок потратит 260 бриллиантов в игре на покупку маленькой юбки, что было эквивалентно 26 юаням, то в реальности покупка этой маленькой юбки обойдется ему на 26 юаней дешевле.

Конечно, одежда, купленная за золотые монеты, не имела такого очень приятного бонуса.

Как только появилась эта новость, многие были удивлены.

Разве это не слишком?

Такого раньше еще никто не видел.

В прошлом связь между играми и реальностью часто оставалась в концепции, но сегодня эта связь стала реальной.

Игроки могут примерить настоящую, существующую в реальности одежду в игре.

И они смогут купить любую виртуальную одежду, которая им понравится, в реальности.

Более того, новость о скидке стало беспрецедентным и абсолютным оружием, которое

пробудило желание всех игроков совершать покупки!

В других играх все, что покупали игроки, было виртуальными вещами. Кит потратил пару сотен тысяч юаней на покупку меча, с помощью которого смог доминировать в игре? Ну и что, с реальностью это дело не имело никакой связи.

Но теперь, когда игроки покупали виртуальную одежду в «Приморском особняке», они смогут приобрести такую же одежду со скидкой.

Например, цена маленькой юбки в игре составляла 299,99 бриллиантов, что было эквивалентно почти 30 юаням. Если игрок купит ее в игре и захочет купить ее в реальности, разве скидка в размере 30 юаней не выглядела привлекательно?

Самое замечательное в этом было то, что такая особенность убивала сразу трех зайцев за раз.

Не стоило забывать о том, что одежда, купленная в игре, все так же оставалась при игроках. Они могли сами носить ее в игре, подбирать нужный наряд Нуан Нуан или, в случае, если эта вещь сильно нравилась игроку, он мог купить ее со скидкой!

Это звучало слишком хорошо!

Более того, качество одежды этого бренда было высоким, и ее было удобно примерять не выходя из дома. Даже без скидок многие люди спокойно покупали бы одежду этого бренда.

Но теперь, благодаря гарантии в виде Чэнь Мо и компании «Удар молнии», никто не будет бояться покупать вещи из этого бренда. В любом случае, любой, кто не будет удовлетворен, сможет обратиться к Чэнь Мо!

Многие девушки и мужчины, которые обычно вообще не играли в игры, решались установить себе «Приморский особняк».

В результате они обнаруживали, что игру «Приморский особняк» можно было получить только после того, как они потратят 2888 юаней в игровой платформе компании «Удар молнии»...

Многие начали возмущаться, ибо большинство из тех, кто решил установить эту игру из-за последних новостей, не играли в игры...

Чэнь Мо же ответил на их возмущения очень просто: «Вам просто нужно создать аккаунт в игровой платформе компании «Удар молнии», и вы можете просто подарить парочку игр другим игрокам».

<http://tl.rulate.ru/book/48330/1684597>