

SUBARU Impreza WRX

Другой нетрадиционный способ продвижения товара – размещение в компьютерных играх, когда продукт или его реклама «вживляются» в игровой мир.

В Европе и США эффективность такого подхода подтверждена неоднократно: игра занимает не один десяток часов, и все это время человек находится в контакте с одной и той же информацией.

Например, модель Subaru Impreza WRX в Штатах, о которой молодежь узнала из автогоночной видеоигры Gran Turismo в 2002 году, стала невероятно популярной. 80 машин было продано еще до того, как в марте 2002-го в салоне появился первый WRX.

