

# ВИРТУЛЬНЫЙ ТЕСТ ДРАЙВ

ТЕХНОЛОГИЯ  
HYPER VIDEO

# Суть Интерактивных видео проектов

Любые **объекты**, находящиеся в кадре превращаются в **видео-гиперссылки** (по аналогии с гиперссылками в тексте.)

В качестве **объектов** могут выступать:

- Предметы, люди, отдельные детали на том или ином предмете и т.д. – все что является неотъемлемой частью видеофильма;
- Специально инкапсулированные ссылки-**иконки** (карта, каталог, mail и т.д.).

По **клику** пользователя по **видео-гиперссылке** осуществляется переход на другие видеосюжеты, голосовое или музыкальное сопровождение, текстовую информацию, интернет-сайты – все то, что может характеризовать сам **объект** для зрителя.

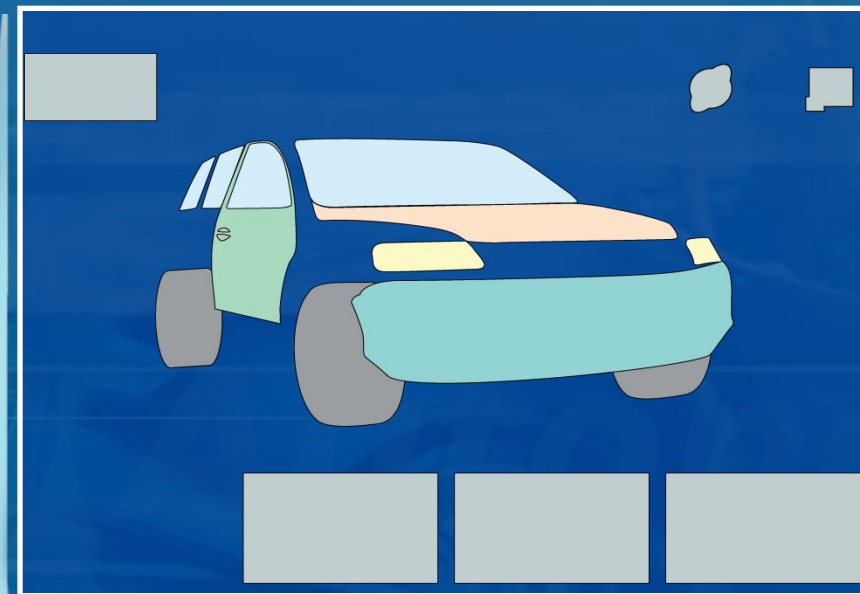
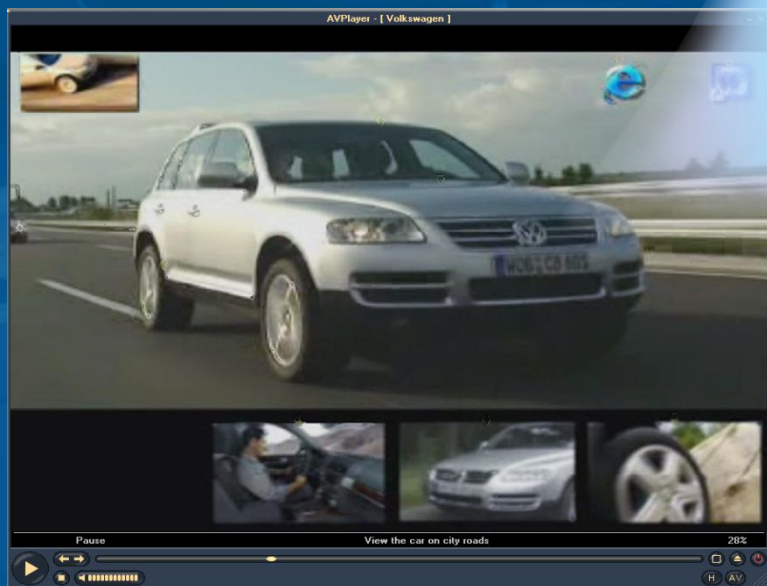
**Зритель** – во время просмотра непосредственно взаимодействует с тем, что ему демонстрируется в видео, выбирая только то, что для него интересно и актуально. Просмотр превращается в увлекательный процесс познания.

**НОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ ПРЕДПОЧТЕНИЕМ**

# Как это работает

## Демонстрация интерактивного ролика

### Исходный видеоклип



Области разметки интерактивных объектов

Демонстрация проекта

# Технология как инструмент маркетинга в ИНТЕРНЕТ

- Демонстрация интерактивного видео в Интернет на одном из самых посещаемых ресурсов РБК – одновременный охват информацией о новом продукте наиболее платежеспособной и активной части целевой аудитории.
- Возможность донести до потенциального потребителя ценности торговой марки (бренда), показать ретроспективу модельного ряда – вклад в формирование community торговой марки.
- Сбор статистики по потребительскому предпочтению – что при просмотре интерактивного видео смотрели больше, меньше, для корректировки акцента в подаче информации по новому автомобилю.

# Содержание сервиса: «Интерактивный тест драйв»

## Продвижение авто нового модельного ряда

Информационные видеоролики, позволяющие продемонстрировать зрителю все конкурентные преимущества автомобиля в процессе интерактивного просмотра.

## Обучение – как дополнительные возможности

Обучающие ролики, видеоинструкции, позволяющие учесть все тонкости, проведения технического обслуживания и эксплуатации автолюбителем, так и профессионалами авторемонта.

# Возможности для демонстрации автомобиля

*В процессе просмотра рекламного видео пользователь может перемещаться по видео в соответствии со своими предпочтениями, получать информацию о любой опции автомобиля вплоть до каждой гайки, получать услуги от формирования комплектации автомобиля до совершения транзакции, а именно:*

- Осмотреть автомобиль с разных сторон (вокруг, снизу сверху);
- Ознакомится с поведением автомобиля на дорогах с различным покрытием, с разных сторон;
- Совершить виртуальную прогулку на автомобиле на месте водителя, пассажира на переднем или заднем сиденье;
- Осмотреть салон автомобиля, открыв любую дверь, оценить возможности автомобиля по перевозки габаритных грузов;

# Возможности для демонстрации автомобиля (продолжение)

- Осмотреть салон изнутри, получив исчерпывающую информацию о всех элементах салона: место водителя, назначение клавиш, климат контроль, система навигации, коробке передач, перчаточный ящик, дополнительные полочки и ниши для хранения вещей, возможности регулировок кресла руля и проч.;
- Открыть капот и ознакомиться с содержимым моторного отсека;
- Ознакомиться с подвеской, ходовой частью автомобиля;
- Получить информацию по ежедневному техническому обслуживанию автомобиля - как проверить уровень масла, тормозной жидкости, как залить жидкость для омывания стекла и проч.

# Дополнительные возможности по демонстрации автомобиля

- Реализация элементов конкурса или лотереи, которые в случае совершения последующей покупки авто дает пользователю существенные преференции (скидка, дополнительная комплектация);
- Возможность записи на тест драйв в off line;
- Возможность записи в очередь на покупку авто эксклюзивной серии (например это возможно только на «Сервисе онлайн-видео»);
- Возможность перехода на сайты дилеров или наиболее близких к потребителю мест продаж авто;
- Многое много другое на что хватит фантазии маркетолога.



# Конкурентные преимущества рекламы в формате интерактивного видео

- За короткий промежуток времени позволяет донести до целевой группы основные характеристики и преимущества продукта (по аналогии с гипертекстом).
- Позволяет зрителю легко находить для просмотра только ту информацию, которая интересна и актуальна именно для него.
- Позволяет закладывать в кадры рекламные объекты (аналог контекстной рекламы в web) и привлекать сторонних рекламодателей.
- Позволяет осуществлять мониторинг потребностей и интереса потребителя к новой продукции.

# Тенденции внешней среды – «За!»

- Постоянное подорожание и сокращение рекламного времени на телевидении.
- Дефицит рекламных площадей на раскрученных Интернет ресурсах.
- Видео в Интернете – новые возможности коммуникации с потенциальным потребителем.

**Спасибо за внимание**