

Дополненная реальность как инструмент New Media

Короткова Алина
Никаноров Илья

Текущая ситуация

- Большое количество рекламы
- Необходимость удивлять
- Вектор на инновации
- Реклама выходит за стандартные рамки
- Появление ambient
- Появление AR – augmented reality



Дополненная реальность

Augmented Reality (AR) - то есть дополненная реальность.

Это интерактивная технология заключающаяся в дополнении реальности любыми виртуальными элементами.

Привнесение в реальность любого типа изображения 3D графики, flash-анимации, видео, звука, с помощью определенных технических средств.

Полученная информация приобретает новое качество.



Описание проекта



- Заказчик: центр рекламных исследований GrandPrix
- Цели: повышение узнаваемости
- Задачи: проведение РК с использованием New Media
- Инструменты: AR
- Обоснование – высокая конкуренция на рынке. Необходим такой инструмент, который поможет выделиться и запомниться. AR - наиболее прогрессивный, инновационный метод. Примеры уже существуют существует в России, существует возможность реализовать данный проект и выделиться на рынке.

Движимое

Возможность передвигать строящийся AR объект в процессе моделирования AR.

Необходимые элементы:

Камера

Дисплей

Характеристики:

Наличие маркеров

Пространство

Примеры:

The Eye

Apple iPhone



Статичное

Устройства, которые не предназначены для моделирования объектов дополненной реальности в движении

Необходимые элементы: Камера и дисплей (не обязательно на самом устройстве)

Характеристики: Наличие маркеров

Примеры: Samsung Corby (Метрополис), Games Patlike (Белый ветер)



Рекламная кампания

- Заказчик:
 - > Центр рекламных исследований GrandPrix.
- Цели, задачи:
 - > Повысить узнаваемость бренда на 20%.
- Сроки:
 - > 01.06.2010-30.06.2010
- Территория:
 - > г. Москва, крупные торговые центры, офисные здания, снимаемые рекламными агентствами.
- Целевая аудитория:
 - > Сотрудники и руководители рекламных агентств, рекламных отделов компаний, руководящий состав компаний.

Рекламная кампания

- Слоган:
 - > «GrandPrix – измерение эффективности вашей рекламы»
- Форма рекламного сообщения:
 - > Статичный монитор.
 - > Камера – вид «из» монитора.
 - > Маркер – лицо и фигура человека.
 - > Действие – распознавание фигуры человека и его лица. Построение AR в качестве «информационной справки» рядом с головой человека с текстом: «Просмотров рекламных сообщений за сегодня: [n], из них привлекли внимание: [m], из них запомнилось: текущее. GrandPrix – измерение эффективности вашей рекламы»

Производство

Дизайн-студия «Флюгер» - <http://www.vane.ru/>

TOTAL IMMERSION

Г А Л Л Е Р Е Я
G A L L E R Y

ЗАЛ С МЕТАЛЛИЧЕСКИМИ
METAL STRIPES HALL

ЗАЛ С ЧА
CUP HALL

НАЧАЛО РАБОТЫ ЖЮРИ

НАШ НОВЫЙ
ИНФОРМАЦИОННЫЙ
ПАРТНЕР

News Outdoor
Russia

AL-CHEMIA

WWW.AL-CHEMIA.RU

О ПРОЕКТЕ ВХОДНОЙ БИЛЕТ КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ СОТРУДНИЧЕСТВО
ABOUT THE PROJECT ENTRANCE TICKET CONTACTS COOPERATION

VERTUAL презентация телефонов Vertu

CONSTELLATION SIGNATURE ASCENT

D. POLGRI
Men's wear

КОЛЛЕКЦИИ
МУЖСКОЙ ОДЕЖДЫ

НОВИНКИ РАСПРОДАЖА

Д. Polgri. Оттоловая продажа мужской одежды

ФЛЮГЕР

Спасибо за внимание