

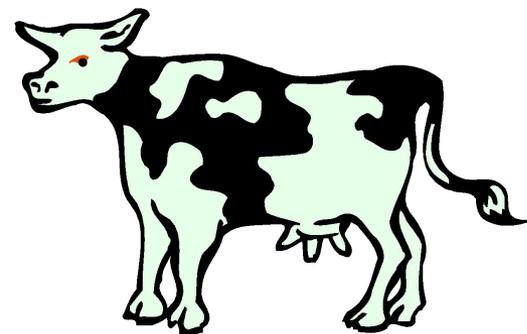


Дополненная реальность с точки зрения креативного агентства

КРИТИКА ВОПРОСЫ ИДЕИ

Сергей Щукин – креативный директор

Пищевая цепочка для AR



Клиенты



Клиентские
агентства



Креативные и
BTL агентства



AR Продакшн
студии

Умные клиенты представляют угрозу для рекламных агентств

Компании все меньше ориентируются на работу традиционных агентств в сфере digital-маркетинга



Традиционные рекламные агентства могут быть потеснены компетентными в цифровой сфере клиентами, которые недовольны навыками агентств относительно вирусного, мобильного и интернет-маркетинга. Об этом свидетельствуют данные ежегодного глобального исследования The State Of Marketing, проводимого компанией CMO Council (Совет директоров по маркетингу).

Как пишет The Financial Times, CMO Council, члены которой контролируют более чем 150 миллиардов долларов ежегодных маркетинговых бюджетов, обнаружила, что руководители маркетинговых отделов все меньше зависят от агентств и сосредотачиваются на внутренней работе, такой, как управление постоянно увеличивающимися массивами данных об их клиентах.

Исследование The State of Marketing, проводимое среди более чем 500 менеджеров по маркетингу, также показало, что акцент смещается от работы с традиционными рекламными агентствами в сторону обучения штата и освоения digital-направления в том числе через новые специализированные агентства.

Кроме того, 72% опрошенных CMO Council сказали, что сокращения персонала в сфере маркетинга прекратятся.

Что для нас AR?

- Мы не боготворим AR – для нас это область расширяющая наше креативное мышление
- AR – это инновационная идея, страдающая всеми стандартными детскими болезнями
- AR для нас никогда не будет сам по себе. Мы всегда встраиваем AR в кампанию в качестве ключевой или одной из составных частей
- В AR заложено гораздо больше потенциала, чем анимационная 3D моделька

Кейс, кейс, кейс!: IKEA (не наш, просто прикольный)

→ Log in → IKEA BUSINESS
→ Find an IKEA store near you → Información en español

Enter your search here Go! **IKEA®**

MY.IKEA / VIEWER

IKEA.COM
COMMUNITY
MY PROFILE

MY MARKERS
• VIEWER
ABOUT MY.IKEA

Username: _____ Password: _____ Remember me Log in Connect Sign up [Forgot your password?](#)

PRODUCTS SHOWN

- LACK** Side Table \$12.99
 BASKET → More Info
- EKTORP** Loveseat \$479.00
 BASKET → More Info
- ALÄNG** Floor lamp \$39.99
 BASKET → More Info

Add shown products to IKEA.com basket.

CUSTOMERS THAT TRIED THESE

- KARLSTAD** Loveseat \$479.00
→ More Info → Print Marker
- HAGALUND** Sofa bed \$499.99
→ More Info → Print Marker
- AGEN** Chair \$34.99
→ More Info → Print Marker



Sign up or Log in to save your work...

VIEWER MENU

- RECORD
- UPLOAD PICTURE
- SAVE
- FULL-SCREEN

HOW TO USE!

PRINT MARKER → PLACE MARKER IN YOUR ROOM → VIEW THE ROOM

COMPETE FOR A NEW IKEA PLACE!

Кейс, кейс, кейс!: McDonalds (наш 😊)

- Творческий конкурс на сайте www.playmcdonalds.ru
- Игра на базе AR сделана в дополнение для привлечения внимания и удержания аудитории на сайте
- Игра поддерживалась с помощью VTL – маркеры были вложены в Хэппи Мил



Кейс, кейс, кейс!: ГК «Кто-нибудь»* (наша идея)

Описание идеи

На разных интернет ресурсах появляются 4 типа маркеров.

Маркеры появляются либо в баннерных местах, либо в блогах и социальных сетях

Пользователь должен распечатать страницу с маркером. Зайдя на промо-страницу и поднеся маркер к web-камере своего компьютера, пользователь увидит небольшой рекламный 3D мультик. Мультики будут разные для каждого типа маркеров.

Пазл

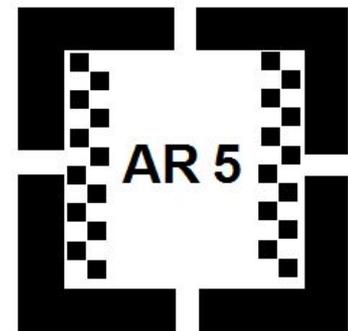
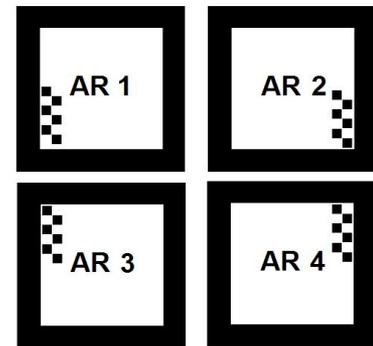
Если пользователь склеит вместе определенные части всех четырех маркеров, зарегистрируется на сайте и покажет камере получившийся 5-й маркер, то он сможет увидеть пятый финальный мультик.

Лотерея

Каждый из 4 типов маркеров, в свою очередь, будет иметь 5 вариантов, которые будут различаться матричным кодом. Т.о. предполагается 20 разных вариантов маркеров (4 типа по 5 вариантов в каждом).

Суть лотереи состоит в том, чтобы собрать выигрышную комбинацию для пятого маркера. Если пользователь склеил выигрышную комбинацию – он

* Для тех, кто в танке – ГК (государственная компания). Смысл словосочетания ГК «Кто-нибудь» в привлечении хорошей кармы и богатого клиента вне традиционной пищевой цепочки.



Разбор Полетов*

Наши основные претензии и пожелания к AR:

Сама технология:

1. Плохо фиксируется маркер
2. Тормозит

Сама идея:

- Оказывается не у всех есть web-камера!** И людям лень печатать маркеры. Из 10 зашедших на 3D игру в проекте с McDonalds сыграл только 1
- Нужен AR для мобильных телефонов. Но не приложения! Нужна ссылка на мобильный сайт, который поддерживал бы AR для мобильных телефонов и коммуникаторов.

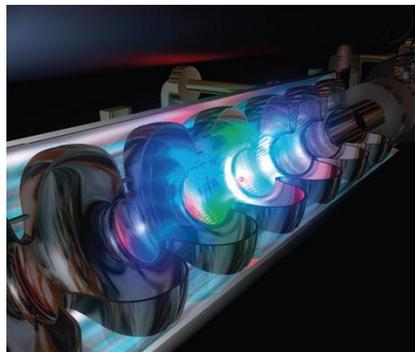
На самом деле, отличный вариант – сфотографировать маркер на телефон и показать его камере. НО! См претензии к технологии.



* Это не ФИО

** WTF!

Все сказанное верно, если мы все переживем 2012 год, потому что:



Коллайдер



Вулкан



Землетресение



А еще – ни у одного из 5 случайно взятых загранпаспортов наших сотрудников нет такого, который был бы действителен после 2012 года

Этот слайд последний и он 12-й...

Ну чтобы было в тему предыдущего слайда....

Бууу!!!!



Не бойтесь

