

Nové metody marketingové komunikace

Augmentovaná (rozšířená) realita

Doc. Mgr. Peter Stoličný, ArtD. - 2013



Rozšířená realita

(AUGMENT REALITY)

Augmentovaná realita je pojem roku 2010. Ovšem první krůčky udělala v Německu již dva roky předtím. A dnes již firmy GOIOGLE, YAHOO, SEZNAM, připravují své stránky s využitím augmentované reality.

O co tedy jde? Co je to za kouzelný termín, o kterém se v posledních měsících tolik mluví?



A. R.

Základem, AR (augmentované reality) je je kamera mobilního telefonu. Pokud ji zamíříte na cokoliv, co AR obsahuje, tak se vám informace objeví na displeji. A je v podstatě jedno, zda čočku vašeho aparátu (telefonu) zamíříte na nějakou budovu, na předmět v obchodě, nebo na monitor počítače. Má-li má zobrazený předmět (krajina, stavba) vlastnosti AR, tak se vám zobrazí.

Společnost IKEA již AR připravuje pro veškerý svůj sortiment. Na míříte-li tedy svůj fotoaparát na pohovku, objeví se vám kromě ceny i veškeré další informace.





AR bude využita i ve sportu. Pokud budou mít hráči golfu na svých oděvech AR, stačí se na ně podívat přes váš telefon a mna displeji budete mít o golfistovi veškeré informace. Jméno, věk, historii jeho úspěchů i momentální pozici v golfovém řebříčku. Cenovky v obchode již také nebude problém uvést v AR.





A co teprve na ulici, budovy, instituce. Hledáte advokátní kancelář, nebo jakoukoliv jinou firmu? Pomalu panorámujete svým smartfonem po ulici a z oken a výkladů vyskakují informace. Ale můžete si v telefonu navolit, třeba **ADVOKÁT** a budou vám „vyskakovat“ jenom ty advokátní kanceláře.



AR čili „rozšířená realita“ bude v budoucnosti důležitým nástrojem informatiky pro zákazníky a reklamy pro podnikatele. A bude hodně záležet na tom, jaké stručné a nápadité texty (i obrázky) vloží do AR, aby si jejich informace zákazník vybral.

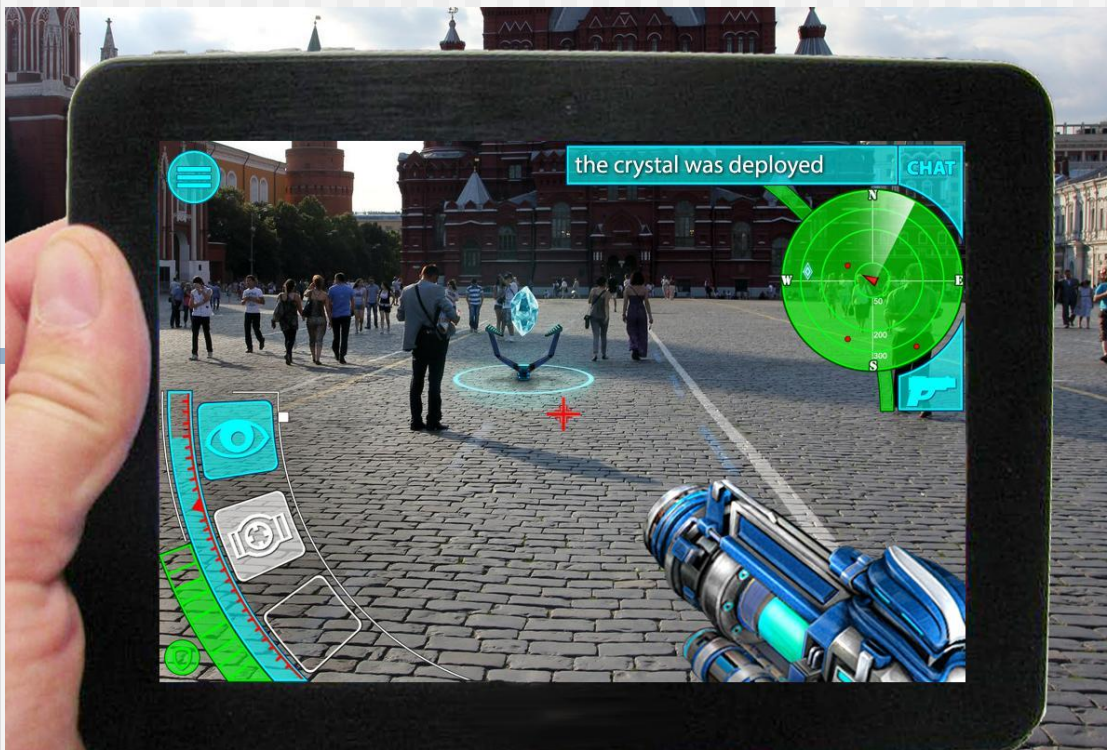


Firmy jako IKEA, FORD, MacDonald i LEGO a Nike, realitní kanceláře a restaurace, cítí v AR příležitost. Proto ze tomuto systému reklamy a informatiky vážně věnují. Protože:

Budoucnost patří připraveným !

Personifikovaná reklama





Existuje již reklama přesně se orientující na adresáta. Opět je ve středě zájmu kamera. V tomto případě ne kamera vaše, váš smartfon, ale kamera reklamní společnosti. Dnes je běžný fotoaparát, který umí rozlišit úsměv na tváři. Usmějete sa a „cvak“. Fotoaparát se na základě úsměvu aktivuje.

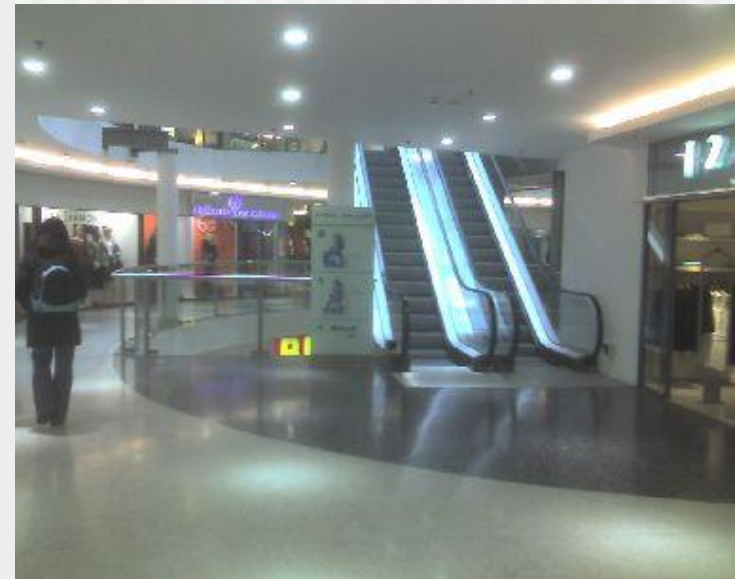
Bilboard se bude měnit podle toho, kdo před ním prochází. Zda důchodce, studenti, nebo matky s dětmi.



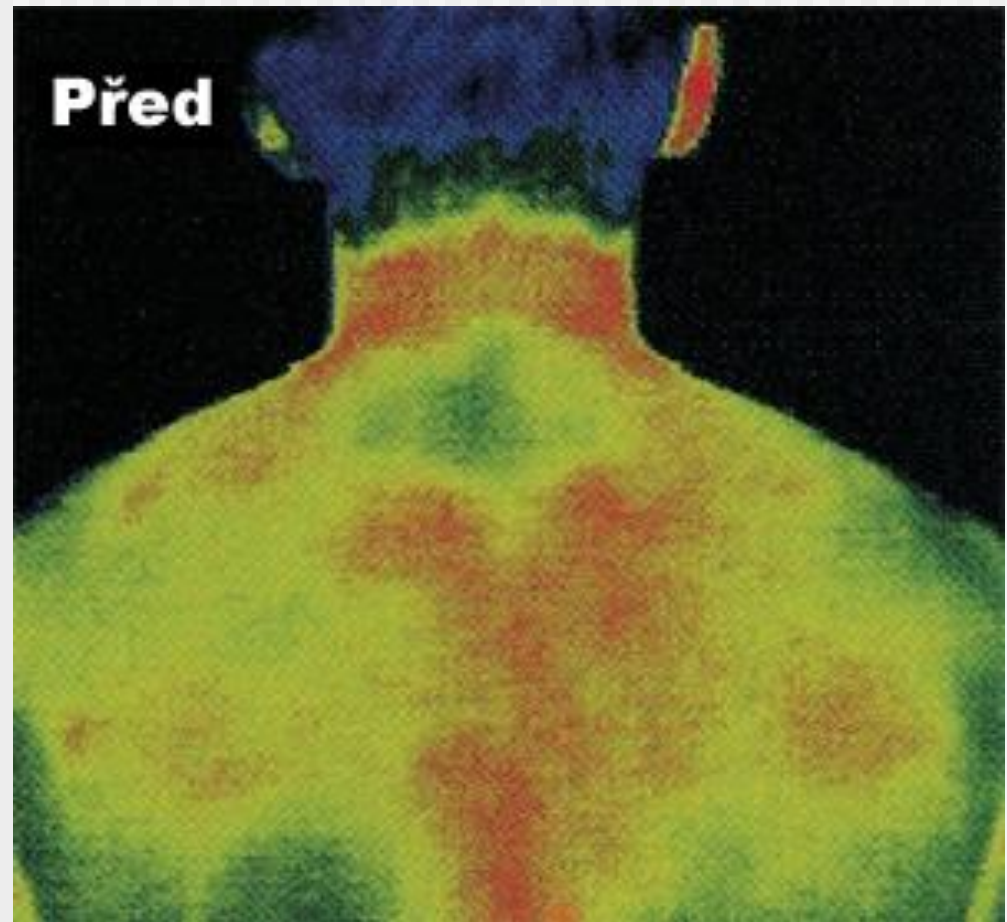
Již teď mohou na letištích sledovat ochranné služby cestující. Inteligentní vyhledávač sleduje běžným kamerovým systémem tváře cestujících, ovšem je napojen na výkonnou databázi, ve které srovnává snímané tváře s tvářemi známých zločinců, teroristů, podezřelých nebo hledaných osob. Jakmile najde nějakou shodu, kroužkuje tvář, „podává“ si toho člověka v kamerovém sledovacím systému a samozřejmě alarmuje ochranu.

Proč by takový systém nemohl fungovat v reklamě?

Jdete pasáží. Předě vámi je billboard, respektive CityLight. Pokud pasáží kráčí mladá dívka, objeví se na panelu reklama rtěnky, plet'ového mléka nebo light minerálky. „Vidí“ li reklamní panel mladíka v kožené bundě, objeví se reklama nejnovějších motorek a před pánem v obleku a s diplomatkou se objeví kolekce Hugo Boss.



Reklama se bude přizpůsobovat zákazníkům, jejich momentálním potřebám. Je schopna na to jít nejrůznějšími snímači. Třeba změří teplotu a vlhkost těla kolemjdoucího a nabídne teplý šál nebo sprej proti pocení.



Personifikovaná reklama zde již je. Ve vašem počítači je určitě některá z mnoha neškodných červů, které mají jedinou funkci:

sledovat, čemu se při brouzdání internetem nejvíce věnujete. Pokud vás zajímají letenky do turistických destinací, určitě se vám objeví v používaném prohlížeči stále častěji reklama cestovních kanceláří. Ale v sousedním počítači, kde vás kolega stále brouzdá po sportovních autech, bude ve stejném prohlížeči banner, svádějící vás k otevření stránek o automobilismu.



Personifikovaná reklama tady je a ještě více tady bude.

Příkladem může být GOOGLE AdWords, následovat budou další nositelé reklamních sdělení



Děkuji za pozornost

S dotazy se můžete na mne kdykoliv obrátit: stolicny@gmail.com

