

УДК 7.011.3

ЗАЛУЧЕННЯ НОВОЇ АУДИТОРІЇ ЗА ДОПОМОГОЮ AR-ТЕХНОЛОГІЙ

Шарун Д.А., студентка, каф. МСТ, ХНУРЕ
Бокарєва Ю.С., ст. викл., каф. МСТ, ХНУРЕ

Анотація. У роботі розглянуті особливості залучення сучасних технологій, а саме AR-масок та QR-кодів у розробку сайтів для залучення нової, більш молоді аудиторії. Треба зазначити, що саме за допомогою AR-технологій це завдання вирішується в максимально стислі терміни за рахунок WOW-ефекту.

Ключові слова: ДОПОВНЕНА РЕАЛЬНІСТЬ, МАСКА, САЙТ, ГРАФІЧНИЙ ДИЗАЙН, ДИЗАЙН САЙТУ, AR-ТЕХНОЛОГІЇ, AR-МАСКА, QR-КОД.

Доповнена реальність – тренд останніх років. AR (Augmented Reality) або доповнена реальність – це середовище, доповнена віртуальними об'єктами за допомогою будь-яких пристроїв. На відміну від VR (віртуальної реальності), AR не змінює фізичний світ для людини, а доповнює його.

Сучасний споживач розпечений різноманітністю форматів реклами, тому його увагу все складніше залучити до конкретного продукту. Однак за допомогою AR це завдання вирішується в максимально стислі терміни за рахунок WOW-ефекту. Можна навести багато прикладів використання технологій доповненої реальності в наш час, наприклад:

- ІКЕА дає можливість «приміряти» меблі до вашого інтер'єру як раз таки завдяки доповненій реальності;
- багато автомобільних брендів також використовують такі технології, щоб ви змогли опинитися поруч із майбутньою машиною;
- макіяж. Деякі бренди косметики створили додатки з можливістю віртуально нанести на людину косметику, яку вона вибере. Таким чином дівчина може повернутися вже в реальний магазин за вподобаним продуктом;
- альбоми для випускників. Зараз все більше набирає популярності використання AR-технологій у альбомах, таким чином, при наведенні камери телефону на фотографію, можна прослухати вітання вчителя чи однокласника у ту ж мить.

І це лише мізерна кількість прикладів. Насправді ж це не тільки може привернути увагу нової аудиторії для вашого продукту, але і полегшить використання того чи іншого ресурсу.

Отже предметом розробки був макет нещодавно створеного сайту ECO world. Він ідеально підходить для того, щоб розмістити можливість використання доповненої реальності. По-перше, це сайт на екологічну тематику, що має на меті залучення більшої кількості людей задля розповсюдження інформації. По-друге, сайт має цільову аудиторію 18 – 28 років та найкраще сприймає усі нові технології.

Сайт присвячений чотирьом стихіям природи і, відповідно, їх новинам і проблемам (земля, вода, повітря і вогонь).

Найпростіший приклад використання доповненої реальності – QR-коди. За допомогою них можна доповнити продукт тією інформацією, яка, наприклад, занадто велика для пакування. Можна розповісти історію компанії, доповнити текст в журналі відео- та аудіо-матеріалами.

Ідеєю було додати на сайт можливість використання AR-масок, що перенаправляють користувача на соціальну мережу Instagram або Facebook, де, відповідно, відкриваються ці маски (рис. 1). Вони мають як розважальну, так і соціальну мету, бо за «кліком» можна змінювати ефект на обличчі (як просто красива маска, так і мотиваційний напис «SAVE WATER (Бережи воду)»).



Рисунок 1 – Сторінка с масками на сайті

Зараз Instagram маски дуже популярні. Можна змінити зовнішність, додати елементи навколо людини, просто накласти фільтр. Створити маску самому також досить не складно. Для цього існує додаток Spark Ar Studio, за допомогою яких можна самому створити маску і використовувати її задля залучення нової аудиторії. Наприклад, створена маска-рандомайзер і отримано 25 мільйонів переглядів за півроку (рис. 2).

В результаті розроблено чотири маски (рис. 3). Через мобільність такої технології маски завжди можна змінити і доробити для користувача, а посилання залишиться те ж саме, бо уся інформація і статистика дуже зручно знаходиться у персональному кабінеті Spark Ar Hub.

Зарубіжні фахівці впевнені, що AR-технології будуть активно використовуватися в маркетингу для створення у споживачів реального досвіду взаємодії з продуктом. Найімовірніше, це вийде на новий рівень – одяг можна буде приміряти по рекламних посиланнях, а магазини доповненої реальності розміром "метр на метр" витіснять великі шоуруми.

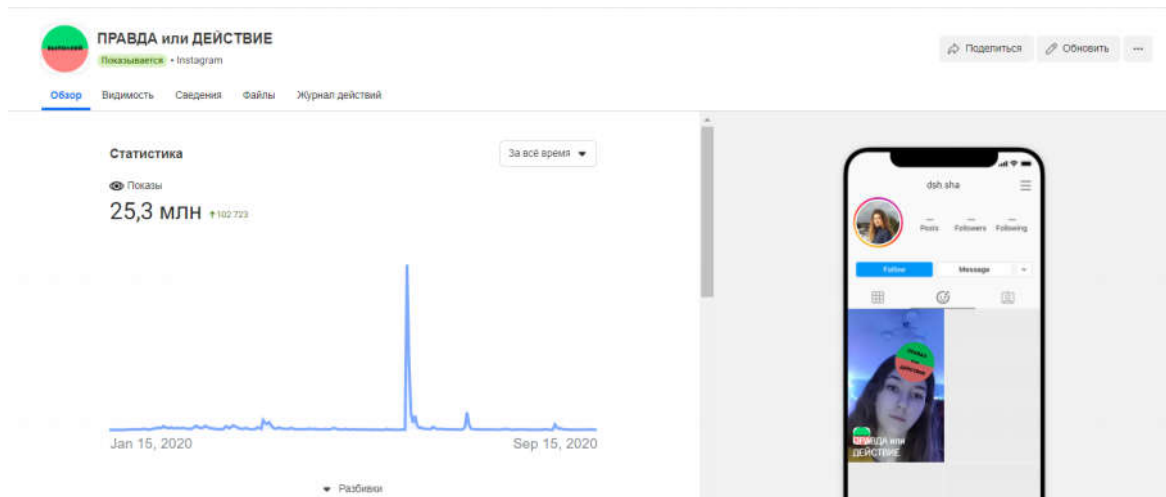


Рисунок 2 – Сторінка статистики маски

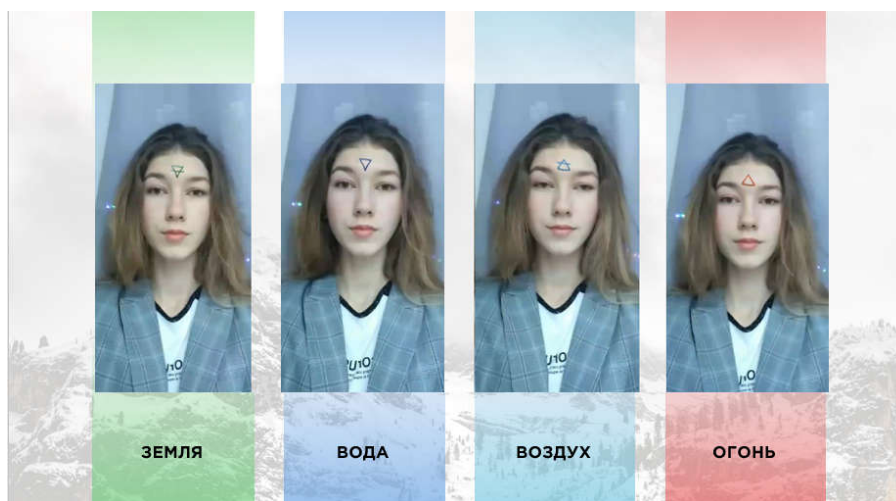


Рисунок 3 – Один із ефектів маски

Таким чином, можна зробити висновок, що саме використання AR-технологій роблять сьогоденні розробки більш актуальними та залучають аудиторію для вирішення нагальних проблем, які постають перед суспільством.

Література.

1. AR/VR в рекламе: как использовать новый опыт в коммуникации с потребителем. URL: <https://www.sostav.ru/publication/ar-vr-v-reklame-kak-ispolzovat-novuj-opyt-v-kommunikatsii-s-potrebitelem-34312.html>.

2. AR в рекламе: его настоящее и будущее. URL: <https://blog.storiesgain.com/ar-v-reklame-ego-nastoyashchee-i-budushchee/>.