

Хилимончик И.В.

БГЭУ, ФФБД, ДФФ-1, 1 курс

ИННОВАЦИОННАЯ РЕКЛАМА

Несколько лет назад рекламодатели США и Японии совершили революцию, открыв миру инновационную рекламу, по степени эффективности в разы превосходящую ее традиционные способы. Сегодня такая реклама успешно используется в большинстве стран, позволяя существенно повысить эффективность маркетинга и промоции бренда.

Инновационная реклама строится на использовании в промоакциях серьезного технического обеспечения, новейших компьютерных технологий и нестандартных способов подачи информации.

Одной из наиболее перспективных и уже зарекомендовавших себя видов подобной рекламы в России и за рубежом является видеореклама в местах массового скопления людей. Это, так называемая, технология InDoor TV. Специалисты утверждают, что на нее обращают внимание более 90% потенциальных покупателей.

В последние годы эта рекламная технология серьезно усовершенствовалась. В 2005 г. на российском рынке InDoor рекламы появилась новая технология X3D video, разработанная компанией X3D Technologies Corporation и впервые представленная публике еще в 2002 г. на конференции высоких технологий в США. Отныне внимание потребителя привлекает не плоское, а трехмерное изображение, содержащее рекламную информацию. Теперь картинка способна легко выйти за пределы экрана, затем также легко вернуться обратно, оставив неизгладимое впечатление в головах проходящих мимо людей. А ее главным козырем, в отличие от простых 3D технологий, является восприятие трехмерных изображений без использования дополнительных средств, таких, как специальные шлемы или стереоочки. Плюс ко всему, чтобы оценить реалистичность, совершенно не обязательно находиться непосредственно у монитора. Благодаря большому углу обзора и технологии пространственного воспроизведения эффект заметен на расстоянии до 100 метров, что делает данную технологию удобной для представления товаров и услуг в пунктах продаж.

На сегодняшний день такие страны, как Япония, Китай, Франция, Германия, США, активно используют подобный тип рекламы в крупных супермаркетах, клубах, развлекательных торговых центрах. Реклама

получила распространение в сфере компьютерных технологий, а также банковской и продуктовой.

Использование данной технологии для демонстрации видеороликов – это прекрасная возможность эффектного и запоминающегося воздействия на потребителя, ведь креатив важен на каждом этапе рекламной коммуникации - от идеи до ее визуального воплощения.

Еще один инновационный и эффективный тип рекламы – технология интерактивного взаимодействия Just Touch, появившаяся в США еще в самом начале 21-го века. Работающая на базе системы Touch Screen, она позволяет отслеживать движение рук потребителя и с их помощью управлять функциями меню, расположенного на специальном табло. Потребитель может сам найти интересующую его информацию, проверить наличие товара, ознакомиться с программой заведения. При этом в поле зрения покупателя постоянно попадает логотип рекламируемого бренда, но не раздражает, а откладывается в памяти. Данная система способна превратить любую витрину в полнофункциональный канал продаж, будь то витрина автосалона, банка или стенд производителя йогуртов.

Не останавливаясь на достигнутом, специалисты в области рекламных технологий пошли дальше, поразив рекламодателей технологией Ground FX. Это сверхсовременная интерактивная проекция, разработанная компанией GestureTek, которая позволяет потребителю не просто наблюдать за рекламным сюжетом, но и принимать в нем участие. При помощи специальных технических установок объемное изображение проецируется на плоскую поверхность. Пройти мимо незамеченным невозможно – система мгновенно среагирует на малейшее движение, совершенное проходящим. К концу 2005 г. данная рекламная технология стала доступна и российским рекламодателям.

Еще одна находка специалистов по рекламным инновациям – японская технология Free Format Projection, способная поразить воображение и привлечь внимание любого, даже ненавидящего рекламу. Данная технология создает ощущение присутствия персонажей или объектов в натуральную величину за счет особой обработки изображения, которое впоследствии проецируется на поверхность. Здесь фантазия безгранична: виртуальная девушка, примеряющая наряды прямо в витрине магазина, огромная бутылка, танцующая у входа в развлекательный центр, или консервная банка, прогуливающаяся между рядами в супермаркете.... Подобное зрелище надолго останется в памяти потребителя, а, значит, рекламируемый товар или услугу ждет гарантированный успех.