



ЖИВАЯ РЕКЛАМА

как средство привлечения внимания
к вашему продукту

«Студия рекламы «ПЕРВАЯ»
+7-906-064-58-66
www.st-pervaya.ru



Технологии
дополненной
реальности – это
революционный
маркетинговый
инструмент

ЭТО ПРИВЕДЁТ:

~ К созданию
WOW - 'эффекта

~ Изменению отношения
к бренду как к
инновационному

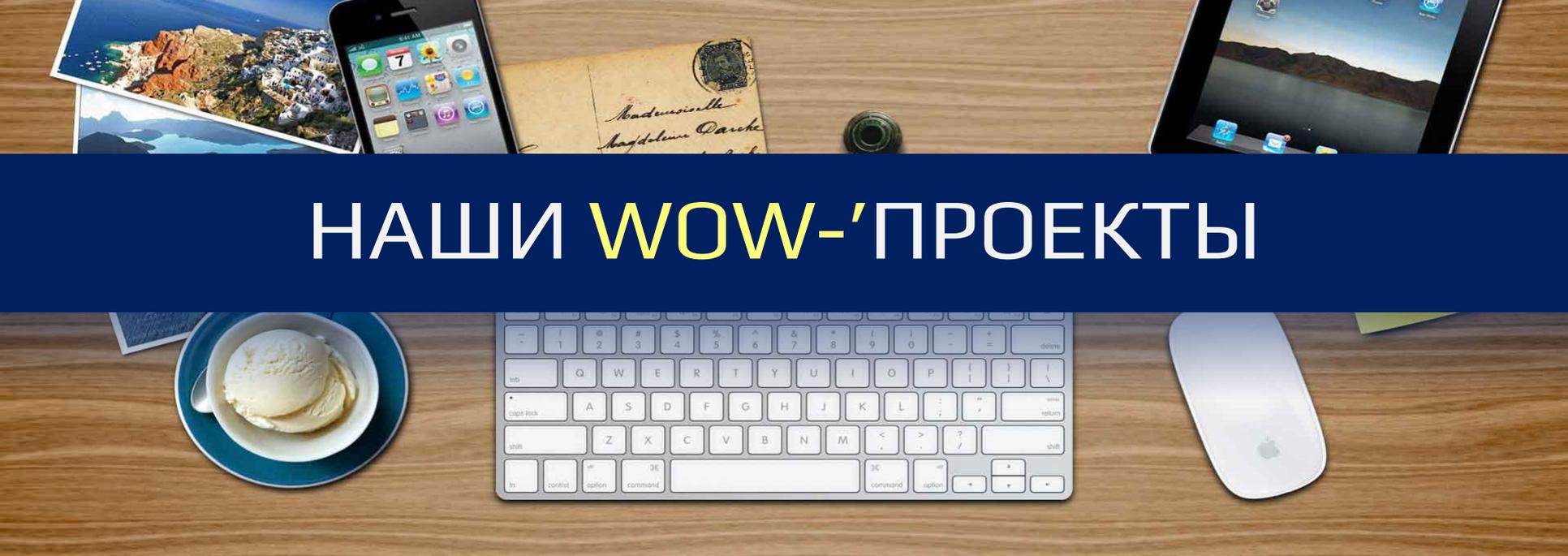
~ Формированию нового
потребительского
спроса

~ Росту продаж

ДОПОЛНЕННАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

- как новый способ
восприятия
ВАШЕГО БРЕНДА





НАШИ WOW-'ПРОЕКТЫ

О высокой эффективности интерактивных методик и продуктов говорят давно, особенно, если речь идёт о подрастающем поколении.

Наша Команда приняла участие в успешном создании и публикации проектов для таких клиентов как:

ТРИКОЛОР ТВ: <https://www.youtube.com/watch?v=590NjxTXITQ>

КИНОМАКС: <https://www.youtube.com/watch?v=joKULoP6kJo>

и других



ЖИВАЯ' РЕКЛАМА



ГДЕ И КАК ПРИМЕНЯЕТСЯ ЖИВАЯ РЕКЛАМА:

- РЕКЛАМА КОМПАНИИ ИЛИ УНИКАЛЬНОГО ПРОДУКТА
- ВОВЛЕЧЕНИЕ В ИГРУ, МОТИВИРУЮЩУЮ ПОКУПКИ
- ЕДИНОРАЗОВАЯ РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ КОНКРЕТНОГО ПРОДУКТА
- «ЖИВЫЕ» ПОДАРКИ ПОКУПАТЕЛЯМ
- ОБУЧЕНИЕ В ИГРЕ КАК БОНУС ПРИ ПОКУПКЕ ПРОДУКТА
- СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

РЕКЛАМА КОМПАНИИ' ПРОДУКТА

Это могут быть буклеты, визитки или упаковка продукта, содержащие маркеры для оживления:

1. Покупатель **БЕСПЛАТНО** устанавливает приложение, разработанное специально под бренд с Appstore или Google play на любой смартфон или планшет.

2. Сканирует QR-код с помощью любых средств коммуникации: телефона\сматфона\планшета

3. Наслаждается **WOW'** эффектом от оживающих картинок. Это может быть: видео-ролик, фото, текст о Компании, символы бренда, анимированные персонажи и т.д.



ЖИВАЯ' ИГРА

ВОВЛЕЧЕНИЕ В ИГРУ, МОТИВИРУЮЩУЮ ПОКУПКИ

1. Создается игра, условием которой является ежемесячная покупка продукта и коллекционирование «персонажей», которые запоминает и оживляет приложение, бесплатно установленное на любой смартфон. «Персонажей» можно найти в любой упаковке продукта. Собрав коллекцию – Покупатель становится «золотым участником «программы лояльности» и получает бонусы. Либо любой другой вариант поощрения.

2. Игра может быть самостоятельным вариантом привлечения Покупателя. Приложение «питомец»: Игра с виртуальным питомцем как репетиция для будущих владельцев домашних животных. Игра развивает ответственность по отношению к домашним питомцам, а заодно рассказывает о продуктах бренда, которые демонстрируются в игре. *(Данный принцип был применен в игре «тамагочи».)



РЕКЛАМНАЯ АКЦИЯ' ПРОДУКТА

Применяется для повышения спроса на продукт \ для роста продаж.

Пример: При покупке продукта в определенный акционный период, Покупатель получает бонус, например, раскраску – оживашку для детей или другой wow' подарок для всей семьи.

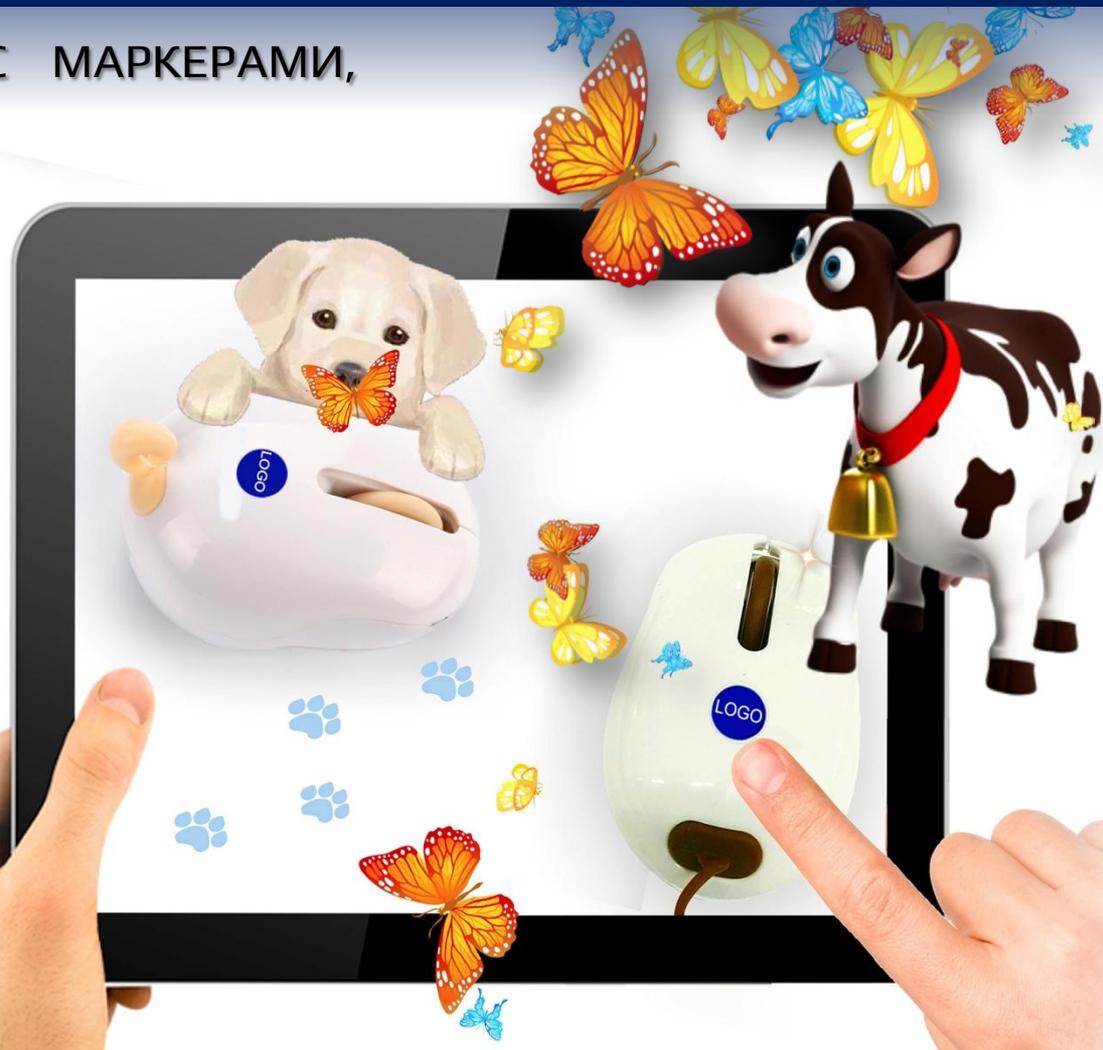
На каждой упаковке продукта обозначаются условия акции и способы получения бонуса.



ЖИВЫЕ ' ПОДАРКИ

СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ С МАРКЕРАМИ,
ОЖИВЛЯЮЩИМИ ПОДАРОК.

Любой подарок может стать средством коммуникации с клиентом и, помимо прямой функциональной пользы, вносить эмоциональный контекст. А если «научить» оживших персонажей разговаривать, вы сможете решить массу других полезных задач!



ОБУЧАЮЩАЯ ИГРА ' КАК БОНУС

ПОМИМО WOW' ЭФФЕКТА, ОЖИВАЮЩИЕ КАРТИНКИ МОГУТ ВЫПОЛНЯТЬ ОБУЧАЮЩУЮ ФУНКЦИЮ.

Пример: детские книжки-пазлы с яркими картинками – как способ познания мира с помощью средств дополненной реальности. Собирая и оживляя пазлы, ребенок учится понимать форму и размеры объекта, а также запоминает звуки и цвет.



ОЖИВШАЯ КНИЖКА-ПАЗЛ



ЖИВОЙ' СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

Привлекая внимание Покупателей к вашему продукту, вовлекая в игру или даря подарки и бонусы, вы также можете выполнять значимую социальную роль: позволять вашим клиентам ощущать свою личную значимость в социальной жизни.

Пример в приложении «ТЫ СУПЕР-ГЕРОЙ»





УСЛОВИЯ WOW-ПРОЕКТА

- **Покупатель становится участником проекта** и, набрав нужное количество баллов, получает в подарок маску или перчатку супер-героя с оживающими маркерами. Владелец маски или перчатки может стать супер-героем собственного мини-фильма:
 - **Просто наденьте маску или перчатки**, попросите друга снять вас на смартфон или планшет, выбрав понравившийся сюжет из приложения. Оживая, маска и перчатки переносят вас в удивительный мир вселенной супер-героев!
 - **Поделитесь этим фильмом** со своими друзьями в соц сетях!
 - **Станьте настоящим героем и в жизни:** имея договорённости с различными благотворительными организациями, пользователю будет предложено (по желанию) перевести любую сумму на реквизиты по выбору!
 - **Значок супер-герой** появится в Вашем Приложении после перевода средств! Вы также можете поделиться им с друзьями в соц сетях!
- 

ВИЖУАЛЫ

1. Сканируете стикер в виде символа супер-героя.



- Назовите дату выхода первого фильма о Железном человеке в сети к/т «Формула кино»

 ✓

- Назовите имя актера, который первоначально пробовался на роль Железного человека

 ✓

2. Отвечаете на вопросы о вселенной супер-героя

ВОПРОСЫ О ВСЕЛЕННОЙ ЖЕЛЕЗНОГО ЧЕЛОВЕКА:

ВИЖУАЛЫ



ВИЖУАЛЫ



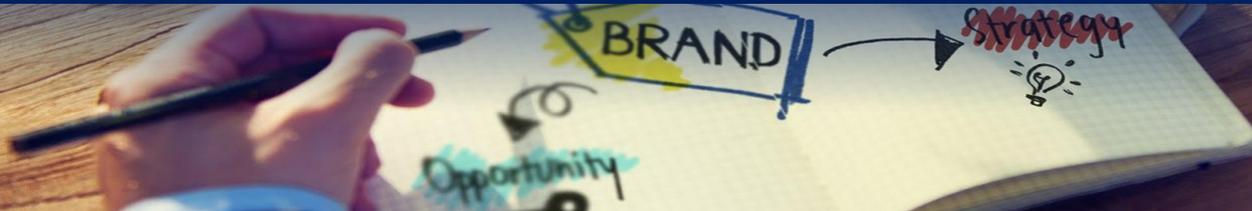


РАЗВИТИЕ КОНЦЕПЦИИ-ЭТАПЫ

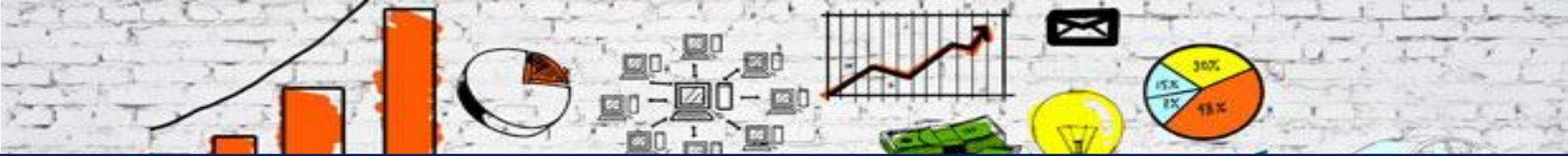
- 1 этап: определение целей и задач, выбор направления живой рекламы, формирование бюджета и сроков выполнения проекта. Заключение договора.
- 2 этап: создание и согласование сюжета, концепции проекта и его продолжительности, отрисовка и согласование эскизов, 3D моделирование, дизайн.
- 3 этап: создание приложения, маркеров, анимации.
- 4 этап: изготовление рекламной продукции с маркерами
- 5 этап: тестирование приложения
- 6 этап: запуск проекта



МАРКЕТИНГ



- Лояльность к бренду, запоминание бренда
- Позиционирование бренда как инновационного во всех смыслах (технологии).
- Интерактивность и полезность: у людей с раннего возраста есть «девайсы». Идеально, когда они приносят пользу и являются источником важной или интересной информации, независимо от удаленности пользователя!
- Уникальность подобной интерактивной истории: стать первыми в своём сегменте. Как следствие - узнаваемость и желание попробовать именно ваш продукт.



ПОДВОДЯ ИТОГ:



**НАША КОМАНДА ИМЕЕТ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ПО СОЗДАНИЮ И
ВНЕДРЕНИЮ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ**

РЕЗУЛЬТАТОМ ВНЕДРЕНИЯ ЯВЛЯЕТСЯ:

- ~ WOW - 'эффект, наблюдаемый на практике
- ~ Изменение отношения к бренду как к инновационному
- ~ Возвращение пользователя в сеть Формулы Кино или конкретный кинотеатр.
- ~ Рост продаж сопутствующих товаров (например, "оживайки" могут вкладываться в комбо-наборы, продаваться дополнительно с определенными позициями или за билеты к определенным фильмам)

ООО «Студия рекламы «ПЕРВАЯ»

+7-906-064-58-66

www.st-pervaya.ru

Контакты:

Михаил, Елена +7 906 064 58 66