

## ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ГАЛУЗІ РЕКЛАМИ ТА МАРКЕТИНГУ

*Косенко О.П., д.е.н., професор,*

*Синельникова Д.М., студентка*

*Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»,  
м. Харків*

Інноваційні технології активно впроваджуються в рекламний інструментарій ХХІ століття. Інновації використовуються в різних областях реклами, як в її традиційних форматах, так і в нестандартних рекламних комунікаціях. Кілька років тому американські і японські рекламодавці відкрили інноваційну рекламу, яка набагато ефективніше її традиційних аналогів. На сьогоднішній день цю рекламу успішно використовують величезну кількість країн, чим суттєво підвищують ефективність маркетингу.

Власне, що з себе представляє інноваційна реклама? По-перше, будується вона на застосуванні в промо-кампаніях солідної технічної підтримки, інноваційних комп'ютерних технологій і креативного способу подачі інформації.

Один з найперспективніших видів такого роду реклами, це відеореклама в місцях, де збирається велика кількість людей (технологія InDoor TV). Фахівці запевняють, що вона привертає увагу більш ніж 90% потенційних споживачів. За останній час ця технологія досить удосконалилася. На ринку InDoor реклами нова технологія X3D video, вона була розроблена компанією «X3D Technologies Corporation» і представлена широкій публіці в далекому 2002 році в США на конференції, присвяченій високим технологіям. З тих пір споживача приваблює не банальне плоске, а захоплююче тривимірне зображення, яке передає рекламні повідомлення. Тепер зображень з легкістю виходить за межі екрану, і також легко повертається назад, залишаючи незабутнє враження. І головний її козир це те, що сприймається тривимірне зображення без жодних додаткових коштів (спеціальні шоломи і стереоокуляри), і реалістичність зображення не страждає від відстані. За рахунок великого кута огляду і технологій просторового відтворення, ефект зберігається на відстані 100 метрів, а це дозволяє використовувати її для реклами товарів і послуг в торгових точках.[2]

Найперше, що необхідно знати про голограми - голограми в чистому вигляді, тобто зображення в повітрі, що рухається без прив'язки до якого-небудь екрану, не існує в природі.

Зображення з ефектом голограми сьогодні може бути створено 3-ма способами, кожен з яких передбачає наявність поверхні, на якій зображення створюється:

- екран на основі холодного пара із застосуванням проектора;
- екран на основі прозорої проекційної плівки із застосуванням проектора;
- голограма на основі відбитого зображення - це найближче до голограми зображення, тому що на відміну від попередніх 2х, при створенні даної голограми людина не бачить джерело зображення, що забезпечує, по-справжньому сильний ефект від інсталяції;

Де і кому може бути корисна голограма?

- у бутиках і магазинах, що знаходяться в місцях скупчення людей;
- компаніях, що позиціонують власний бренд в стилі «хай-тек»;
- алкогольним і тютюновим компаніям, як інноваційний спосіб просування продукту;

- клубам, кафе, барах і кінотеатрам в місцях, де є часткове затемнення;
- на заходах (концертах, виступах, і т.д.)

В якості голограми відмінно виглядають: ювелірні прикраси, іграшки, косметика, логотипи, пачки сигарет і т.ін. Одним словом, голограма прийнятна для всіх об'єктів, намальованих в 3D, і знятих на відео без фону.[1]

Сьогодні в Японії, США, Китаї, Франції та Німеччині подібний тип рекламних носіїв вже активно використовується в супермаркетах, клубах, торгових і розважальних центрах. В Україні, стала частою практика проведення заходів з використанням 3D голограм. Зображення вийшло за межі екрану, набуло форму і стало живим.

У світовій практиці використання таких технологій вже кілька років. Одна з перших появ голограм відбулося ще в 2011 році, коли 3D модель популярної виконавиці Magiah Carey одночасно «виступила» на 5 сценах.

У 2012 році організатори фестивалю Coachella в Каліфорнії представили погляду глядача культового репера Турас Shakur, який загинув в 1996 році. Цікаво те, що для створення 3D моделі не використовується поверхню на задньому фоні для передачі відображення проєкції. Фігури з використанням 3D голограм виглядають реалістично і природно.[5]

У Росії, в бізнес-центрах і великих торгово-розважальних комплексах Москви з величезними підземними парковками - з'явилося нововведення, стараннями неурядової організації Dislife. Місце, відведене для паркування інвалідів, тепер надійно охороняється реалістично виглядає голограмою. Як тільки горе-паркувальник наближається на своєму автомобілі до місця, яке для нього не призначене, його вражає різкий і гучний окрик: «Стій!». Далі, обладнання для наведення голографічного зображення показує сторопів водієві ролик-звернення. Голограма рухається і розмовляє голосом і обличчям звичайного хлопця. Текст-звернення дуже красномовний, його вимовляє непрофесійний актор, а звичайний молодий хлопець, що невідомо як прийшов до необхідності пересуватися на інвалідному візку. Саме тому така соціальна реклама навряд чи залишить когось байдужим.

Так само Porsche випустили друковану рекламу, оживив 911 за допомогою голограми. На одній зі сторінок жуоналу компанія розмістила призму з прозорої плівки з інструкціями для її складання. Розмістивши призму над планшетом при програванні відео з сайту 911hologram.com, читач бачить 3-D зображення останньої моделі Porsche. «Ми хотіли залишити аудиторію заінтригованою і підігріти її цікавість», відзначили представники бренду. Для травневого випуску креативщики працюють над новою інноваційною рекламою з використанням світлодіодів.[2]

На сьогоднішній день технології 3D - один з найкращих способів привернути увагу і здивувати клієнта, глядача або потенційного покупця. Відомо, що візуальне сприйняття грає ключову роль при будь-якому поданні та презентації. Створена реклама з яскравими візуальними і оригінальними ефектами 3D запам'ятовується і надовго залишається в пам'яті.

Це принципово новий рекламоносій. Використання даної технології в місцях з активним потоком відвідувачів (виставки, торгові центри, відкриті майданчики) замінює будь-який рекламний банер.

Виробникам і фахівцям з маркетингу варто всерйоз задуматися про використання даної технології при просуванні свого продукту. Так як, по-перше, споживачі обов'язково оцінять інноваційний підхід до реклами товарів, по-друге, будуть вдячні за економію їх часу та ненав'язливу подачу рекламної інформації, а по-третє, отримають масу позитивних емоцій, що важливо в боротьбі за лояльність.

Література:

1. Гологарма [Електронний ресурс ]/ First ineractive. –Режим доступу: <http://interactive.com.ua/articles/gologramma>.

2. Інноваційні технології в рекламі [Електронний ресурс ]/Marketer. –Режим доступу: <http://www.marketer.ru/adv/proektirovanie-i-realizaciya-reklamnoj-kampanii/innovacionnye>

[tehnologii-v-reklame/](#).

3. Рекламна ідея №5476. Голограма в соціальній рекламі, яка захищає права інвалідів [Електронний ресурс]–Режим доступу: <https://www.100ideas.ru/article/reklama/reklamnye-idei/reklamnaya-ideya-5476-gologramma-v-sotsialnoy-reklame-zashchishchayushchey-prava-invalidov> .

4. Porsche випустили друковану рекламу, оживив 911 за допомогою голограми. [Електронний ресурс ]/ ММР. –Режим доступу: [http://mmr.ua/show/porsche\\_vypustili\\_pечатnuyu\\_reklamu\\_ozhiviv\\_911\\_s\\_pomoshtyyu\\_gologrammy#1773806717.1525469420](http://mmr.ua/show/porsche_vypustili_pечатnuyu_reklamu_ozhiviv_911_s_pomoshtyyu_gologrammy#1773806717.1525469420).

5. Инновационные технологии в рекламе [Електронний ресурс ]/ М. Гриценко, Magic-Innovations.–Режим доступу: <http://mmr.ua/show/v-ukraine-nabirajut-populjarnost-3d-gologrammy/33730>.