NEWSLETTER

ENERO

19 - 25

REALIDAD VIRTUAL: HISTORIAS EN 360 GRADOS

Hasta el día de hoy, y a medida que ha ido avanzando el mundo publicitario, las marcas venían apostado por estrategias de marketing experiencial, en las que la idea era acercarse más al consumidor. Sin embargo, con la tecnología VR, las acciones publicitarias pueden llegar a ser mucho más que eso, se pueden convertir en acciones que cuentan historias en 360 grados, y que lleven a los usuarios a interactuar directamente con los productos, a trasladarse a otros lugares, a vivir eventos en tiempo real, o infinidad de opciones, que si se explotan bien, pueden cambiar la forma de hacer publicidad definitivamente.

Con el avance tecnológico, y el desarrollo de dispositivos de realidad virtual "accesibles para todo el mundo", como vende Google sus Cardboard, o las Gear VR de Samsung, las marcas podrían plantearse el re-pensar las estrategias para incluir esta tecnología en sus acciones. Incluso, para acciones a público en general, podrían adquirir dispositivos más completos como los de "Oculus" propiedad de Facebook, o los de HTC y Sony, que saldrán a la venta este año según lo expuesto en la exposición CES 2016, realizada en Las Vegas.

Una de las primeras marcas en llevar ventaja en cuanto a la comprensión de esta tecnología, fue Coca-cola, que en 2014 organizó una experiencia de realidad virtual, donde los usuarios podían trasladarse a una réplica exacta del estadio Maracaná en Brasil, e incluso podían ir a la cancha a jugar un partido.

REALIDAD VIRTUAL: HISTORIAS EN 360 GRADOS

También en 2014, hoteles Marriot creó las cabinas "teletransport", que permitían a los usuarios explorar las playas de Hawai y el centro de Londres, desde ocho diferentes ciudades de Estados Unidos.

RETOS

- Transmitir sensaciones que logren la verdadera inmersión de los usuarios.
- No dejar que este tipo de experiencias se conviertan en concepto de nicho, hacerlo para el consumidor casual.
- Explotar al máximo la tecnología para permitir experiencias 360, incluso a distancia.

Un ejemplo más reciente, es el de la asociación de la marca Samsung junto a Marvel en México, quienes para el lanzamiento de la última película Avengers y los smartphones S6 y S6Edge, realizaron una acción de realidad virtual compuesta de cortos publicitarios, que le dan a la gente la oportunidad de convertirse en superhéroe por un día.

La campaña está diseñada para que funcione con estos modelos específicos de Smartphone, y con las Samsung Gear VR de la marca, aunque las películas pueden ser vistas desde cualquier navegador web o dispositivo móvil. Además, durante los cortos, se puede apreciar el funcionamiento de las gafas de realidad virtual, y algunas de las características con las que cuentan los dispositivos móviles, convirtiéndose en una excelente forma de ofrecer experiencia a los usuarios y de mostrar las novedades y ventajas de los productos de la marca.

Si querés ver uno de los cortos de la acción, hacé clic aquí: http://bit.ly/1HJVieY o en el botón más abajo.

SAMSUNG

Galaxy ∞ MARVEL

WE ARE GREATER THAN I

PART II

RANKING:
LO MÁS HABLADO DE LA SEMANA

TOP 3 MENTIONS

RIVER - BOCA

Un 1-0 dejó como vencedor a River en el Superclásico en Mar del Plata, pero más que de la victoria, en las redes sociales se habló de un encuentro bastante violento, luego de que durante el partido se generara una disputa entre Tevez y Maidana, lo que finalizó con una pelea entre los dos equipos.

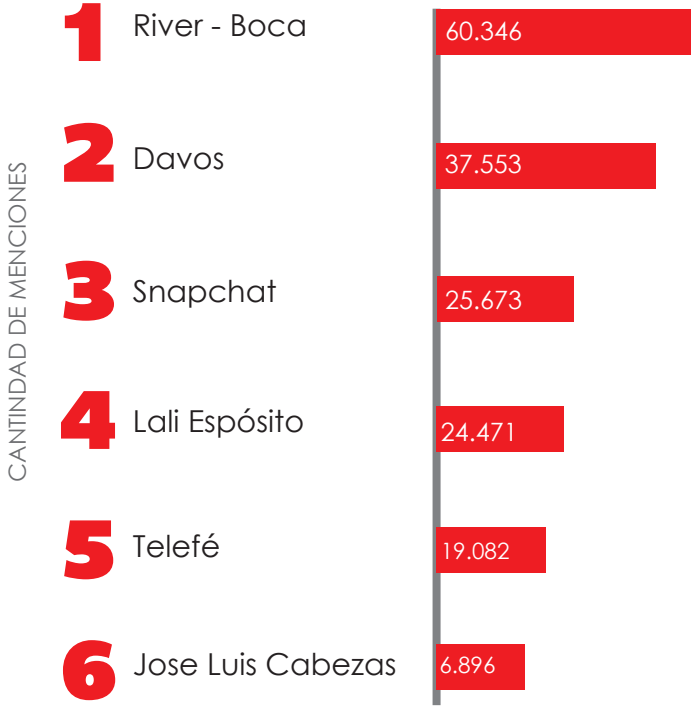
DAVOS

El presidente Macri viajó a la ciudad Suiza, para participar del Foro Económico Mundial con la misión de convencer a los participantes de re-invertir en la Argentina. En medio de la apretada agenda, el presidente tuvo la oportunidad de probar la realidad virtual.

SNAPCHAT

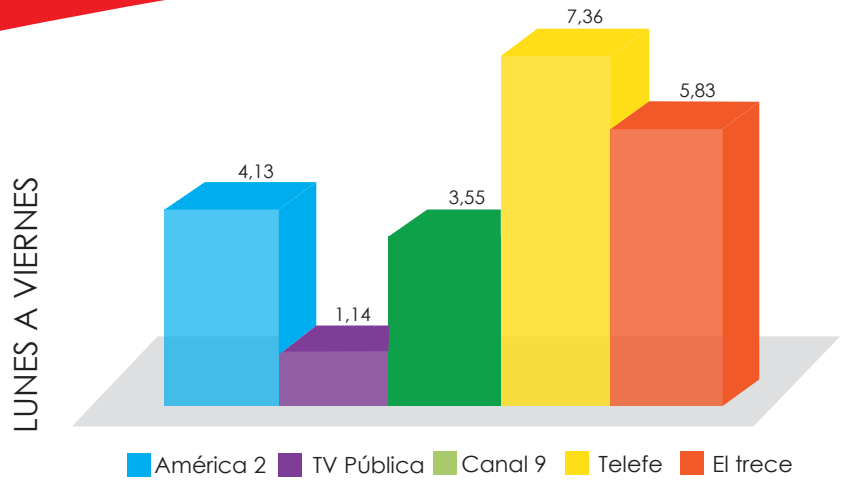
La gigante red social de mensajes efímeros, está trabajando en darle más funcionalidad a su aplicación agregando llamadas de video y audio. Esto generó conversación en las redes.

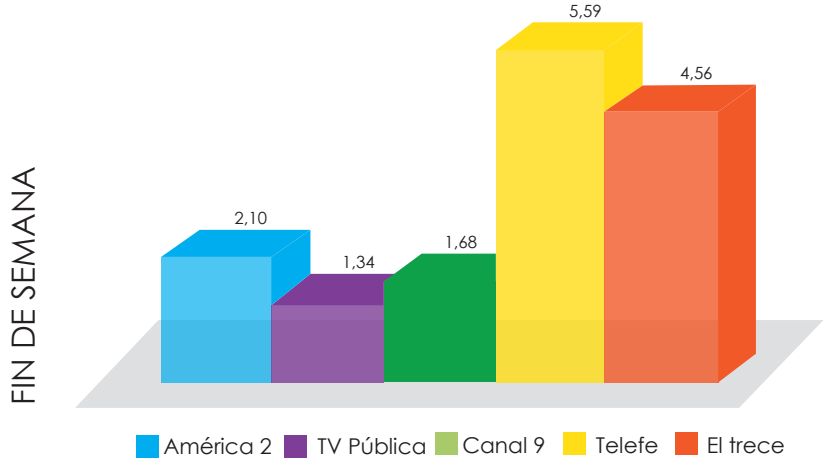
RANKING



Fuente: Sysomos: 2016.

RATINGS DE LA SEMANA





Fuente: Ibope.

En esta semana, Telefe se llevó el primer lugar en el ranking con 7,36 puntos, seguido por El Trece con 5,83 puntos y finalizando con America 2 con 4,13 puntos de rating.
Para el fin de semana, Telefe continuó siendo el líder con 5,59 puntos de rating, dejando en segundo lugar a El Trece con 4,56 puntos, y en tercer lugar a América 2 con 2,10 puntos de rating.

#1 7,36

#2 5,83

#3 4,13

OMD Research
Juncal 1207 - Piso 3 - Buenos Aires, Argentina.

Phone: +541157774025
Fax: +541157774000
Site: www.omdresearch.com.ar
Insights - Ideas - Results