



Expertos en Comunicación Interactiva



Desayunos Empresariales

“Nuevas herramientas de comunicación interactiva:
la tecnología gestual al servicio de las empresas”

IDEAS | INTEGRACIÓN | CONTENIDOS | SOPORTE TÉCNICO | FORMACIÓN

“Nuevas herramientas de comunicación interactiva: la tecnología gestual al servicio de las empresas

1. Antecedentes: internet y mobile marketing
2. La comunicación interactiva gestual
3. Comunicación 2.0
4. Herramientas de la Comunicación Gestual
5. Aplicaciones y Escenarios
6. Los Contenidos
7. Diseño conceptual
8. Beneficios y ventajas
9. Tendencia y Prospectivas
- 10.B Interactive

1. Antecedentes: internet y mobile marketing



1. Antecedentes: internet y mobile marketing

- Comunicación interactiva unipersonal en el plano virtual
- El individuo se comunica con una o muchas personas a través de su móvil o de la pantalla de su ordenador.
- Por tanto es necesario disponer de 1 dispositivo para acceder e interactuar con los contenidos.



2. La comunicación interactiva gestual

- Comunicación interactiva unipersonal o colectiva en el plano de la vida real.
- El individuo puede comunicarse en sus entornos habituales de una manera natural, a través de sus gestos y movimientos.
- Se traslada la comunicación interactiva de espacios limitados a todos aquellos espacios que el individuo visita diariamente.
- La persona se convierte en el protagonista absoluto de la comunicación.

Comunicación 2.0



www.shutterstock.com - 28906416

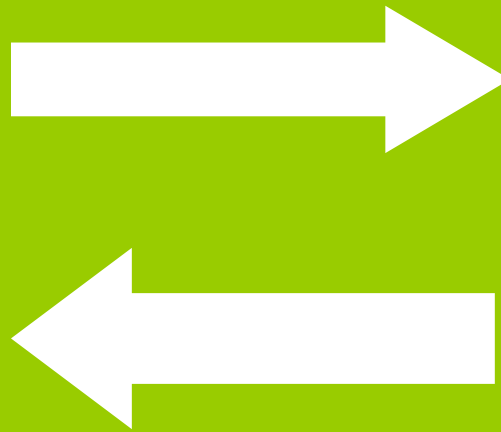
Comunicación Convencional Vs. Comunicación 2.0

Comunicación Convencional



Comunicación Convencional Vs. Comunicación 2.0

Comunicación 2.0



3. Herramientas



Efectos Interactivos



Efectos Interactivos + Integración de usuarios



Multitouch



Airpoint



3Depth

3.1 Herramientas: Efectos Interactivos

[Enlace a demo explicativa interactividad real.](#)

Efectos interactivos: el contenido proyectado o emitido a través de pantallas reacciona cuando el sistema detecta la presencia o movimiento de personas. Esta reacción se puede general de manera voluntaria o involuntaria por parte del usuario. (texto a modo de scroll o leyenda fija)

3.2 Herramientas: Efectos Interactivos con Integración de Usuarios

[Enlace a demo explicativa interactividad real.](#)

Efectos interactivos con integración de usuario: el contenido proyectado o emitido a través de pantallas reacciona cuando el sistema detecta la presencia o movimiento de personas, integrándolas en tiempo real, en el contenido programado. Esta reacción se puede general de manera voluntaria o involuntaria por parte del usuario. (texto a modo de scroll o leyenda fija)

3.3 Herramientas: Multitouch

Enlace a Vídeo explicativo [multitouch](#)

Multitouch: Plataforma que permite que varios usuarios accedan al contenido programado de manera simultánea y bajo un mismo soporte físico. El sistema multitouch convierte cada dedo de la mano en un puntero de ratón, de esta manera el usuario puede rotar, escalar, dibujar o mover más de dos elementos a la vez. En modo multiusuario, el sistema multitouch puede controlar superficies de hasta 3 metros de largo, formado así, una especie de gran directorio o punto de acceso a información dinámica.(texto a modo de scroll o leyenda fija)

3.4 Herramientas: Airpont

[Enlace a vídeo explicativo airpoint](#)

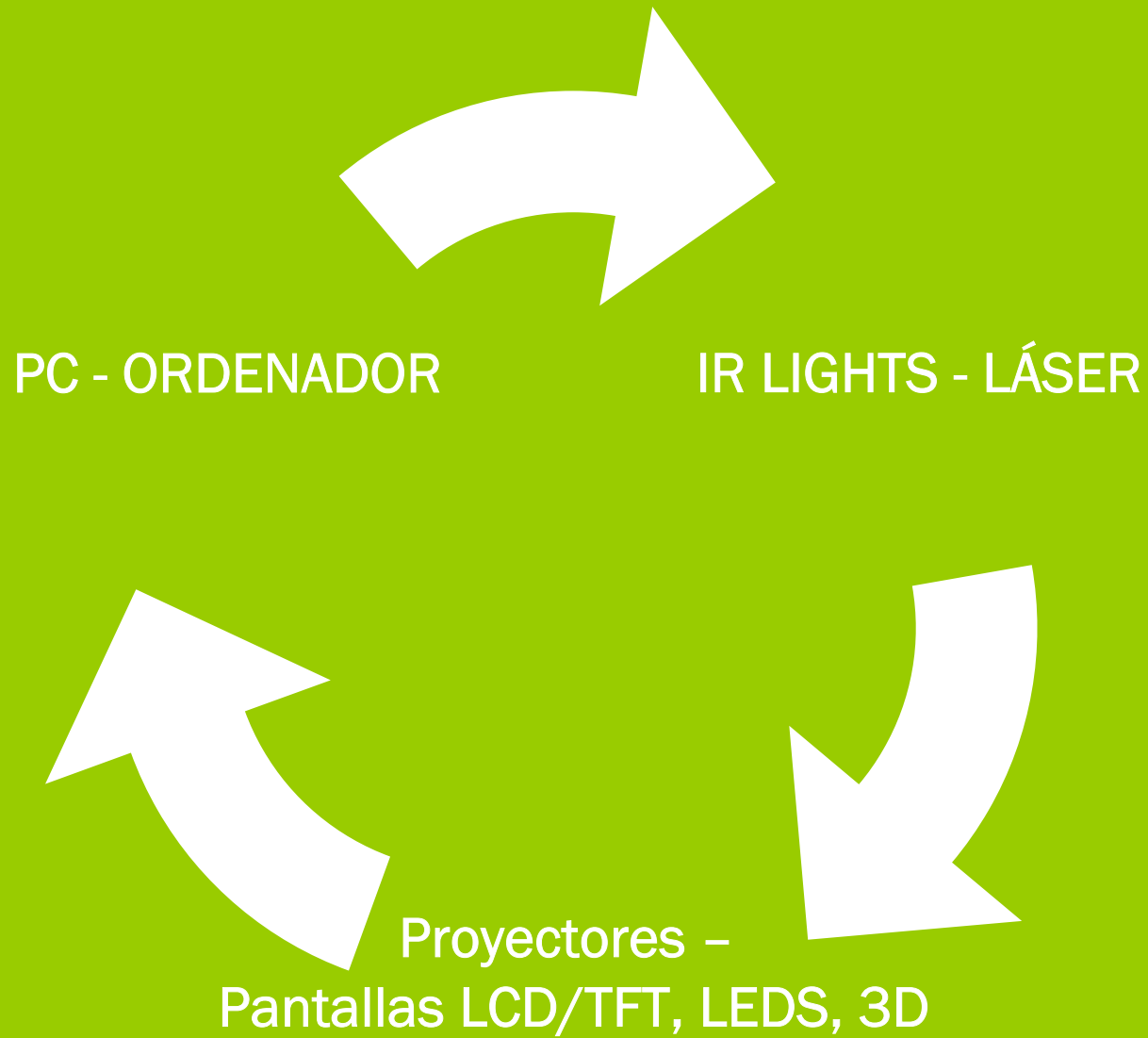
Airpoint: Convierte la mano del usuario en un ratón aéreo, de manera que puede manejar el contenido programado a través del movimiento de su mano, sin necesidad de portar ningún elemento físico: teclado o ratón..(texto a modo de scroll o leyenda fija)

3.5 Herramientas: 3Depth

[Enlace a vídeo explicativo 3Depth](#)

3Depth Tracking System: Permite programar todo tipo de contenidos: información, juegos y efectos interactivos. La novedad radica en que el sistema discrimina a una sola persona y es capaz de interpretar el gesto que realiza con todo o parte de sus cuerpo, como una orden precisa para el sistema. (texto a modo de scroll o leyenda fija)

3.6 Herramientas: Esquema Técnico



4. Aplicaciones y Escenarios



Punto de Venta



Ocio Infantil



Ambientación y Decoración de espacios



Comunicación



Publicidad



Educación

Trabajo a realizar:

Transición diapositiva anterior a esta.

Animación entradas texto e iconos animados.

4.1. Aplicaciones y Escenarios

Punto de Venta: Exterior

Escaparates Interactivos

Video demo explicativo

4.2. Aplicaciones y Escenarios

Punto de Venta: Interior

Mostradores multitouch

Decoración Comercial

Video demo explicativo

4.3. Aplicaciones y Escenarios

Ambientación y Decoración de Espacios

Vídeo demo explicativo

Video demo explicativo

Vídeo explicativo escenarios

Vídeo caso “Junta de Andalucía”

Vídeo explicativo otros escenarios

4.7. Aplicaciones y Escenarios

Vídeo demo explicativo

5. Los Contenidos

Deberemos pensar e imaginar diferente

No funciona el simple pase de contenidos de otros soportes convencionales a los soportes interactivos

Adecuación a cada espacio y contexto.

El usuario debe ser el rey y el contenido el medio para llegar a él.

Desarrollo de contenidos específicos que logren que el usuario permanezca atento e interactue con ellos.

6. Diseño Conceptual: Instalación Vs. Integración

Los soportes de emisión deben quedar integrados en el espacio.

Diseño de espacios más comunicativos e integrados dentro de una estética conceptual bien definida.

Debemos conseguir que el usuario no perciba la tecnología sino que haga uso de ella.

6.1. Tendencia y Prospectiva



El uso de internet desde dispositivos móviles ha aumentado un 30% en España durante el último año.

El número de sesiones desde estos dispositivos se incremento un 12,3%.

La inversión publicitaria en mobile marketing para 2009 se vieron aumentadas en más de un 12%.

Incremento de un 63% en cifra de negocio.

6.2. Tendencia y Prospectiva



- El 33% de las personas que pasan por soportes dinámicos miran el contenido durante más de 1 segundo, mientras que solo el 15% miran los soportes estáticos.
- El 70% de las decisiones de compra se toman en el punto de venta.
- Al 89% de los consumidores les gusta ver soportes dinámicos e interactivos en el punto de venta.
- Hay un 24% de aumento promedio en ventas durante una campaña publicitaria digital.

Diferenciación e Innovación

A través de las tecnologías gestuales conseguimos comunicarnos con nuestros Consumidores, en nuestros espacios reales, de una manera natural y sencilla, participativa y dinámica, atractiva e innovadora, cercana y directa.

Conclusiones

Las nuevas tecnologías de la comunicación ya están aquí y han llegado para quedarse.

A pesar de la reticencia inicial de las empresas a integrar nuevas tecnologías, serán aquellas que consigan entender estos nuevos medios y adaptarse más rápido las que logren la mayor ventaja competitiva.

<http://www.youtube.com/watch?v=93SgXeu-SeY&feature=related>



Expertos en Comunicación Interactiva

Muchas gracias a todos por vuestra atención

sonia@b-interactive.eu

Linkedin

IDEAS | INTEGRACIÓN | CONTENIDOS | SOPORTE TÉCNICO | FORMACIÓN