



Az  virtuális
oroszlán ugrani
készül!



A TITOK NYITJA

megmutatjuk a
virtuális világ
kulcsait,
hogy ne kelljen
állandóan keresni!

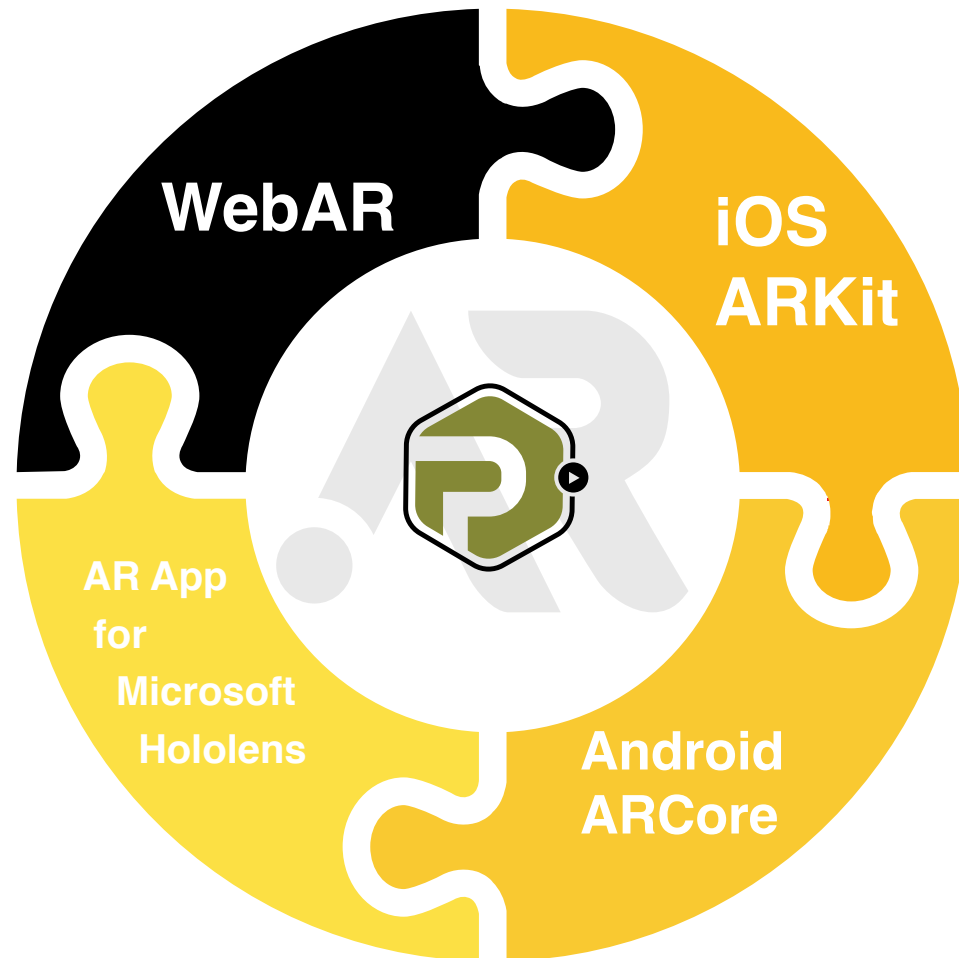
Printosh Advertising mint digitális innovációs ügynökség és szoftverfejlesztő vállalat



Digitális innovációs ügynökségként működünk. Segítjük az ügyfeleinket abban, hogy olyan termékekkel jelenjenek meg a piacon, vagy fejlesszenek saját használatra, amelyek 3-5 év múlva is sikeresek lehetnek. Jövőálló dolgokat próbálunk kitalálni és építeni, szorosan együttműködve a megrendelővel, hiszen ő ismeri a saját üzletét és piacát, mi pedig digitális termékfejlesztési specialistaként működünk közre.



Az ügyfelek számára ugyanis komoly kockázat a gyorsan változó technológiai körülmények és fogyasztói igények miatt, hogy egy-egy nagy áldozatokkal járó fejlesztés, vajon évek múltán is sikeres marad-e. Ezt a kockázatot tudjuk több éves tapasztalatunkkal hatékonyan csökkenteni.



Végtelen AR lehetőségek

Szakterületünk az **iOS (ARKit)**, **Android (ARCore)**, **AR App for Microsoft HoloLens** és **webalapú (WebAR)** kiterjesztett valóság, (Augmented Reality) AR fejlesztése, amely igazi marketing multivitamin a gyengélkedő marketing szervezet számára.

Mindig az adott feladat határozza meg hogy melyik technológia a célravezetőbb. Határtalan lehetőségek nyílnak a webAR portáloktól kezdve a webAR print marketingig, a DM kampányok AR kibővítésétől az eCommerce AR lehetőségeig, sokféle marketing és sales területen. Szakértő fejlesztőink pedig készen állnak az új ötletek életre keltésére.

Amitől a virtuális papagájok is képesek lesznek repülni...

...az AR, VR, MR, CX, UX, UI, vajon mi?

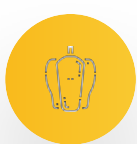


Hogy ez a téma miért is lehet érdekes annak, aki napi szinten nem igazán foglalkozik ezzel a - jellemzően nem túl ismert, és kevésbé jelentős háttér munkának tűnő - területtel? Azért mert a megbízói, megrendelői - végső soron a vállalat kommunikációjára, sales tevékenységére, vagy marketing tevékenységére hatással lévő, abban döntő szerepet játszó tényezőként, mint megbízó, a modern technológiák ismerete olyannyira szükségessé vált, hogy a kommunikációs üzenet megfogalmazásakor és annak megjelenítését tervezve, elengedhetetlen.

Mert a modern virtuális - immersive - technológiák elvi szintű ismerete nélkül, azok lehetőségeit nem lehet kihasználni és lépéshátrányba kerül a konkurenciával szemben az, aki ezekkel az ismeretekkel nem rendelkezik.

A másik nagyon fontos szempont, hogy sokkal érthetőbbé válnak a megrendelők számára azok a keretek, amiken belül - mi tervezők, és fejlesztők - mozgunk, és folyamatosan próbáljuk feszegetni a technológia határait. Sokkal érthetőbbé válnak azok az ötletek, megoldások, trükkök, piaci előnyszerzési lehetőségek, amelyeket kidolgozunk, bemutatunk és lefejlesztünk.

Illetve megrendelői, megbízói oldalról megközelítve sokkal plasztikusabban, érthetőbben lehet a fejlesztők felé megfogalmazni az elképzeléseket, kívánságokat akkor, ha az alapismeretekkel tisztában van a döntéshelyzetben lévő felelős. A régi - de nem elavult - mondás szerint: a tudás hatalom, az üzleti életben pedig a hatalom az árbevétel, nyereség és piaci vezető pozíció. Az immersive technológiák bevezetése, alkalmazása pedig egy könnyebb út - az egyenlőre még kisebb reklámzaj miatt - a hatalom megszerzése felé.



*Gondold végig, ötletelj és...
Keress meg bennünket a kezdéshez!*

65%
csak vizuálisan

Az emberiség **65%** csak **vizuálisan** képes tanulni

Az Augmented Reality egy annyira meggyőző, könnyen alkalmazható és költséghatékony - főleg a WebAR megjelenésével - hogy hiba lenne - akár pénzügyi veszteségként is kimutathatóan - ha ezt a technológiát a piaci szereplők nem kezdenék el minél hamarabb felmérni, megérteni, beilleszteni és alkalmazni az üzleti folyamataikba.

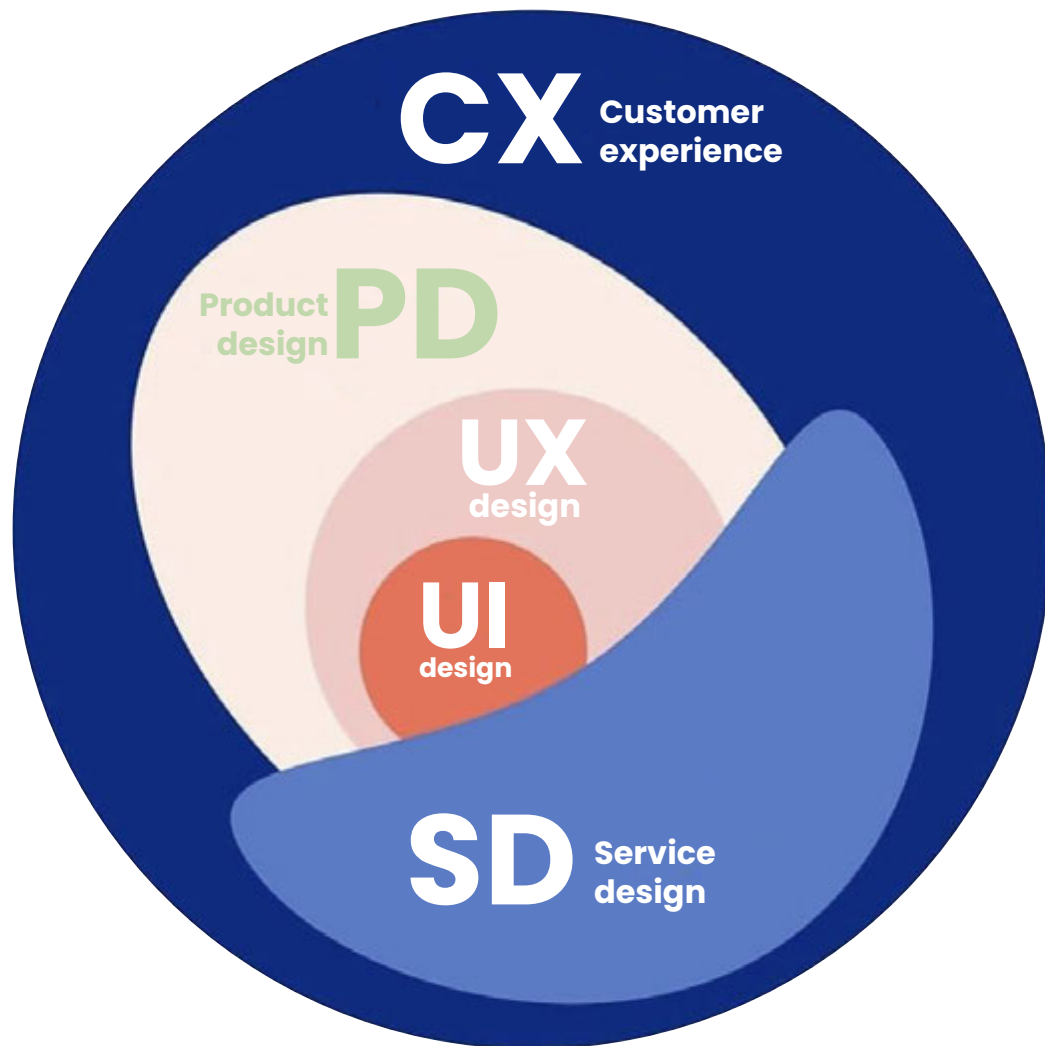


*Jól kitalált tartalom nélkül,
a fejlesztés csak félkarú virtuális óriás!*



Ezeket a lehetőségeket, formákat, irányokat felhasználási módokat szeretnénk röviden, lényegretörően bemutatni, illetve felvillantani egy olyan érdeklődési szintig, hogy a továbbiakban már egy személyes beszélgetés keretében - a konkrét feladat függvényében - tudjunk róla beszélni.

Ha csak egy ábra lesz amit ma megnézel.... ...akkor ez legyen az!



CX Customer experience **Vásárlói élmény**

Az a tapasztalat, amelyet elsődlegesen érzékelünk, amikor kapcsolatba lépünk egy céggel vagy márkával. **A CX egy olyan összefoglaló név amely magában foglalja:** Márka stratégia, Marketing stratégia, Digital Products (UX), Nem digitális termékek, Üzlet vagy Iroda arculat, Vevőszolgálat, Értékesítési stratégia

UI User interface **Felhasználói felület**

A felhasználói élmény fokozására hivatott tervezési folyamatok összessége, amely kialakítja a tervezett termék kinézetét egészen a tapintásig.

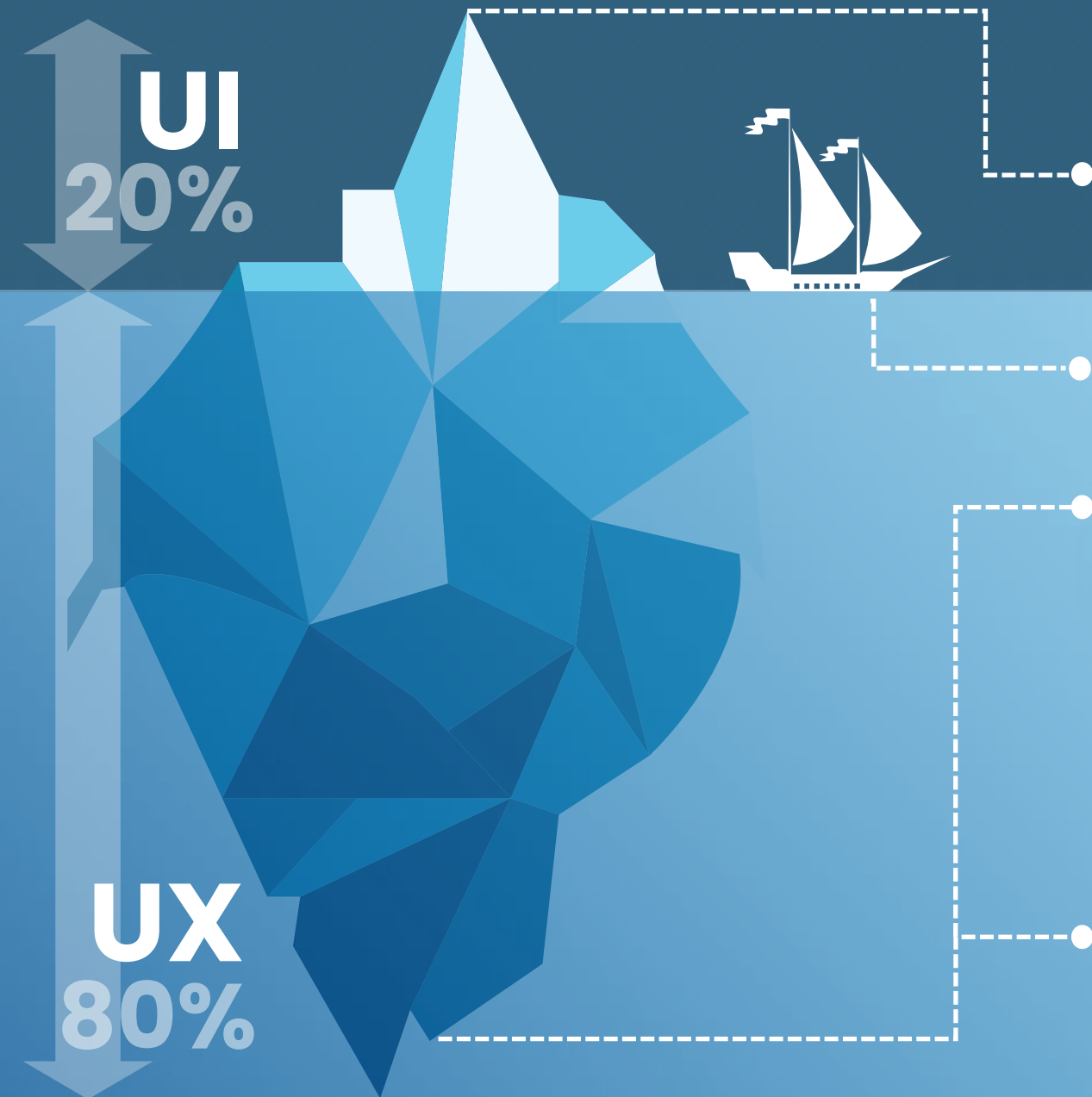
A UI egy olyan összefoglaló név amely magába foglalja: Interakció tervezés (IxD), Mozgástervezés, Vizuális dizájn, látvány

UX User experience **Felhasználói tapasztalat**

Az a tapasztalat, amelyet akkor élünk át ha egy terméket huzamosabb ideig használunk a gyakorlatban.

Az UX egy olyan összefoglaló név, amely magában foglalja: Tartalom fejlesztési stratégia, Információs struktúrát, felépítést, Felhasználói felület

...na jó, ez az ábra talán még belefér...



A **UI az első pillantás**, a szépség, az első látás élménye és a szimpátia megteremtője. A kapcsolat kialakításában elsődleges szerepe van. Ha nincs meg a kölcsönös szimpátia a felhasználó és az alkalmazás között az első pillanatban, akkor minden más kísérlet a felhasználó elérésére, felesleges próbálkozás.

Néhány címszó amelyet - többek között - a UI fejlesztés takar:

Visual design, Graphics, Typograpy, Illustration, Photograpy, Icons, Color. (vizuális tervezés, grafika, tipográfia, illusztráció, fotók, ikonok, színek).

A **UI felület a kirakat**, ami becsábítja a vevőt a boltba, a felhasználót az alkalmazásunkba vagy az ügyfelet a szolgáltatásunk igénybevételére. Ez az emberi kapcsolatok esetében az, amit úgy szoktak nevezni: szerelem első látásra. Ekkor még minden ideális és felhőtlen....de amikor a közelebb kerülve megtapasztaljuk, hogy egy kicsit bűdös a szája, időnként káromkodik, elkésik a találkozóról, és mégsem törődik velem eléggé, akkor lép be a UX hatása, hogy ilyen élményekkel ne találkozzon a felhasználó, mert a napi használat során a gördülékenységet és **a probléma mentes használatot pedig a UX biztosítja.**

Néhány címszó amelyet - többek között - a UX fejlesztés takar:

Understanding the problem, Psychology, Design & user research, Content strategy, Information architecture, Interaction design, Wireframes, Prototypes, Usability testing. (A probléma megértése, pszichológia, tervezés és felhasználói kutatás, tartalmi stratégia, információ architektúra, interakció tervezés, drótvázak, prototípusok, a használhatóság tesztelése.)

Mi az a UX/UI tervezés, és miért kerül egyre jobban szem elé az immersive technológiák elterjedésének növekedésével. Fókuszáljunk egy kicsit jobban a UX és UI tervezés részleteire, legfőképpen a szem előtt lévő új technológia az AR - Augmented Reality - tartalom-tervezésének szemszögéből. Ez most egy olyan technológia, amely rövid időn belül kilép - sőt sok esetben már kilépett - a pusztán szórakoztatás kereteiből, és kőkeményen része a B2B piaci szegmensnek - ideértve az eCommerce, marketing, sales, oktatás és rengeteg más olyan üzleti területet, amelyben ma még elképzelni sem tudjuk.

Ez a technológia azonban még mindig nincs eléggé reflektorfényben. Ennek oka a felhasználók megértésének hiánya, a mobil eszközök egy részének teljesítménykorlátai és a tartalom fogyaszthatóságának hiányosságai.

A robbanászerűen bekövetkezett médiatartalom fejlődésével az emberek egyre könnyebben és gyorsabban tudnak és akarnak információt szerezni. Az AR technológia megfelel ennek a trendnek, illeszkedik a modern emberek tartalomfogyasztási szokásaiba.

A UX / UI mint az **AR** megjelenítés fontos eszközei



...a fejlesztés csak **félkarú virtuális óriás!**

Jól kitalált **tartalom nélkül...**



A jelenleg működő AR fejlesztések és szolgáltatások javítható problémái

A felhasználók számára csak egyszerű információkat nyújt a vizuális élvezet előtérbe helyezésével. Az AR technológia első bemutatkozásával megszerezhetjük a felhasználók érdeklődését, kielégíthetjük kíváncsiságukat, ha viszont nem javítjuk folyamatosan a felhasználói élményt (UX/UI), akkor nem remélhetjük, hogy a felhasználók többször is visszatérnek és használni fogják a tartalmainkat.

Mit próbálunk elérni ezzel a technológiával?

A kényelmes és hatékony életet. Nem hozhatjuk létre ezt az életmódot úgy, hogy csak a technológiába fektetünk be. Az AR-t mindent elsöprő technikai és tartalmi fejlődés jellemzi. A valóságérzetet fokozza azáltal, hogy virtuális képeket ad hozzá a felhasználók által megélt reális világba. Azok a felhasználók azonban, akik még nem ismerik az AR-t, zavartnak, elveszettnek érezhetik magukat, a valóság és a virtuális valóság összekapcsolódásának érzékelésekor. Ezért szükségünk van egy vezérszállra, egy fő kapcsolódási pontra, amely segítheti, irányíthatja a felhasználó viselkedését az AR alkalmazáson belül, amely egy összekötő kapocsként funkcionál a felhasználók a virtuális objektumok és a valóságos világ között.

Mi ez a kapcsolódási - **affordance** - pont?

Az üzenet célirányos, kreatív megtervezése, a **UX/UI** lehetőségeinek maximális **kihasználásával**



Tárgyakkal teli világban élünk. Éppen ma olvastam, hogy az emberiség által létrehozott tárgyak mára a földön - a felhőkarcolóktól a gyufásdobozig - együttes súlyukkal meghaladták a bennünket körülölelő természetes környezet összsúlyát. Naponta több ezer tárggyal találkozunk, és sok közülük új és ismeretlen. Ennek ellenére miért tudjuk jól kezelni ezeket az objektumokat? Minden az affordance -ról szól. (sajnos nincs igazán jó magyar fordítása, de tömören azt jelenti, hogy egy, a fejlesztés költségeivel értékarányos, megfizethető, felismerhető jelzés, amely tartalmában a nézőből egy előre kiszámítható, ismerős reagálást vált ki. Ez akkor megfelelő, és hatékony ha cselekvésre, interakcióra készíti őt.

Az embereknek szükségük van arra, hogy megértsék a használni kívánt terméket, üzenetet vagy szolgáltatást. Más szavakkal, olyan szimbólumokat kell találniuk, amelyek segíthetnek a termék megértésében. Ez az a nyom, vagy jelzés amelyet üzenetként ki kell találni és amelyet nekünk - UX /UI tervezőknek - tartalomként meg kell jelenítenünk és a fejlesztőknek pedig - ez alapján - megvalósítani. A jó UX/UI-nak mindennél jobban át kell adnia az eszköz célját, az üzenet mondanivalóját, vagy a termék felépítését és működését annak, aki használja.

Ha ezt a lehetőséget ügyesen alakítjuk ki és a felhasználó nem csak nézi, hanem értelmezi is hogy mit kell tennie és aktív cselekvésre készítjük, akkor nincs szükség magyarázó képekre, címkékre vagy külön használati utasításra, mert mindent magától fog megérteni, megtanulni, alkalmazni a továbbiakban. Ez az aktivitás pedig hatékonyan segíti az üzenetünk rögzítését.



Gondold végig, ötletelj és...

Keress meg bennünket a kezdéshez!

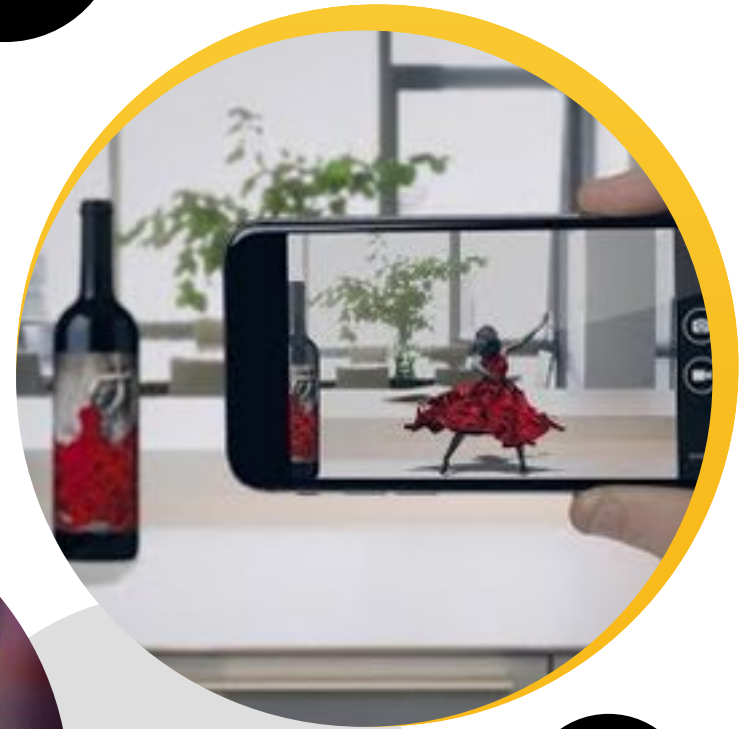


AR, VR, MR, CX, UX, UI - a virtuális világ kapunyitó kódjai

Az immersive technológiák - AR, VR, MR - felhasználóbarát megjelenítésének és működésének kiemelkedő és elengedhetetlen tervezési technikái a CX, UX, UI.

Csak a két azonos súllyal rendelkező terület - UX, UI tervezés és AR, VR, MR fejlesztés - együttes, összehangolt, magas színvonalú megvalósítása hozhat igazi, megtérülő, költséghatékony eredményt.

Ezeknek a tervezési fázisoknak a kihagyása, hibás tervezése, az átadni kívánt - minden más szakmai szempontnak kiválóan megfelelő - üzenetet teljes mértékben ignorálni tudja. Elpazarolt időt, és kidobott pénzt eredményez.



Hogyan működik az AR valós körülmények között?

Az AR költséghatékony,
feltűnő, megjegyezhető
és egyben üzenetátadó
- affordance - technológia.

Az AR fejlesztéseket
a felhasználás alapján
három fő csoportra
bonthatjuk:

Marker-alapú AR
Marker-based AR



Marker nélküli AR
Markerless AR
Web AR



Helyalapú AR
Location-based AR

kiemelkedő

40%

megjegyzési
arány !!!



Marker-alapú AR

Az AR nézet futtatásához szükség van egy valós tárgyra, amelyet felismer a mobil eszköz kamerája és amögé lehet elhelyezni a tartalmat. Ma a marker-alapú AR a legtöbbet használt, legnépszerű és legsokoldalúbb formája az AR alkalmazásának. A korlátot az jelenti - ami az előnye is egyben - hogy a tartalom előhívásához egy, a fejlesztés idejében rögzített - a valós életben megtalálható - vizuális jelölést kell alkalmazni. Pl. a mobil eszköz egy kozmetikum dobozán lévő jelölés alapján hívja elő a tartalmat.



Marker-alapú AR - Marker-based AR



Vagy egy nyomtatott könyv dedikált oldalain a jelölésre - markerre - mutató mobiltelefon kamerája, elő tudja hívni a tartalmat. Az átadni kívánt üzenettől függően, - a marker jelzéseken túl, - még mobil applikáció beiktatására is szükség lehet. A markerek mögött megjelenő tartalom lehet statikus és animált is.

kiemelkedő

40%

megjegyzési
arány !!!

Marker nélküli AR Web AR

Ez a megközelítés lehetővé teszi hogy a 3D-s tartalmat szabadon elhelyezhessük a valós térben, mindenféle markeres megkötés, fizikai azonosító leolvasása nélkül. Ezt nevezik rövidebb megfogalmazásban WebAR tartalomnak is, mert az egyetlen szükséges elem, a mobil eszközön futó böngésző, amely minden mai okos mobil eszközön megtalálható. Ez a megoldás különösen hasznos akkor, amikor csak azt akarjuk látni, hogy az adott tárgy hogyan néz ki különböző környezetben és beállításokban.

Marker nélküli AR - Markerless AR

Erre legszemléletesebb példa a virtuális bútorok elhelyezése egy szobában és bepróbálása, hogyan illeszkedik az adott környezetbe. Egyes mobil eszközök akár a sík felületeket is felismerik és azonosítani tudják „földként”, tehát az AR objektum lebegés helyett ott fog ülni a földön. Bizonyos régebbi mobil eszközök nem támogatják a marker nélküli AR-t, ezért ebben az esetben még egy plusz lépést kell beiktatni, a mobil eszköz először saját maga keres markereket - beazonosítható - elemeket, a padlón, pl. szőnyegmintát, és azt elmenti, majd ennek alapján helyezi el az AR objektumot.

kiemelkedő

40%

megjegyzési
arány !!!



Helyalapú AR

Ez a megoldás az AR tartalmat egy meghatározott fizikai helyhez, geolokációs körzethez illeszti. Nagyon hasznos ha egy adott utcához, bevásárlóköponthoz, vagy éppen múzeumhoz kötődik. Erre a legismertebb példa a Pokemon Go játék, és annak működése. a helyalapú AR elvárt követelménye hogy a mobilkészíték iránytű érzékelővel (compass sensor) és GPS navigációval rendelkezzen.



Helyalapú AR - Location-based AR



Hogy inspiráljon benneteket, néhány már működő példával illusztráljuk a különböző felhasználási területeken megjelenő üzenetátadási megoldásokat.

AR aktíválási módszerek

Számos megközelítést kínálunk azokhoz a weboldalakhoz való hozzáféréshez, ahol az AR technológiánk működik. A legsikeresebb kiterjesztett valóság kampányok egyértelmű utasításokat tartalmaznak a kiterjesztett valóság élményének elérésére vonatkozóan. Ezzel összhangban több aktiválási módszer közül is választhatnak a megrendelőink.

QR KÓDOK



Egyszerűen nyissa meg a telefon kameráját, és olvassa be a QR-kódot az AR weboldal eléréséhez. Csak QR kódokat használunk a weboldal eléréséhez - a QR kódok nem szükségesek az AR nyomon követéséhez!

KÖZVETLEN LINKEK



Beágyazunk egy közvetlen linket az AR weboldalára a közösségi média bejegyzésében, a kiküldött DM levélben vagy a webhelyen. A legjobb eredmény elérése érdekében több csatornát érdemes használni az AR tartalom gyorsabb elterjesztésére.

RÖVID HIVATKOZÁSOK



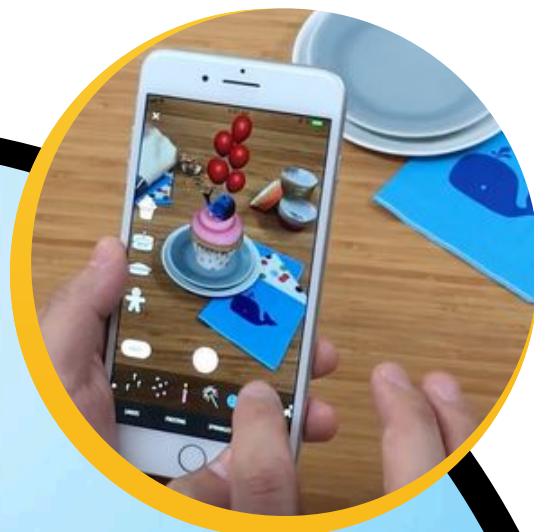
Minden AR-kampányhoz rövid URL-t kínálunk, amelyet a QR-kód mellé kell tenni. Ez egyszerű módot kínál a felhasználóknak a weboldal elérésére, ha nem akarnak QR-kódot beolvasni.

NFC CHIP



Beágyazunk egy NFC chipet a nyomtatott anyagokba. A kompatibilis telefontal rendelkező felhasználók egyszerűen odatartják a telefonjukat a kinyomtatott anyaghoz, és a "Go" gombra koppintva elérhetik a weboldalt, és a tartalmat.

Opcionális AR lehetőségek



01 AR Kiterjesztett valóság elemző dashboard

Minden WebAR élményhez tartozhat egy felhasználói elkötelezettség elemző dashboard, ahol nyomon lehet követheti a folyamatokat, a felhasználókat, az átlagos oldalra fordított időt és a cselekvésre ösztönző interakciók sikerességét.

02 WebAR-t kiszolgáló saját fejlesztésű cloud

WebAR nyomkövetési technológiánk okostelefonos kamerával indítja és jeleníti meg a kiterjesztett valóság élményét bármely iOS vagy Android mobil webböngészőben. Akár sajátfejlesztésű cloud rendszerünkön keresztül is tudunk globális elérhetőséget biztosítani. Így a gyors tartalomszolgáltatás, az oldal vagy az applikáció minimális betöltési ideje garantálja az elégedett felhasználókat.

AR tartalomfejlesztés - végtelen lehetőségek

Támogatott standard 3D-formátumok

Statikus és animált modellek

360°-os videók

Matterport Room Scans

Fotogrammetria - távérzékelés

Kiterjesztett valóság hirdetések

Támogatott 2D formátumok

Átlátszó videók

2D és 3D tartalom

Normál MP4 videók

Animált mozgásgrafika



Mikor próbáld ki...
ha nem...

**Most garantált áron kínáljuk az
alábbi AR csomag fejlesztéseinket**

ARlabel

QR kód vagy WebAR
alapú statikus, 360°
körbejárható tartalom
fejlesztés

Min 600 -
Max 800 e Ft
+ áfa

ARcard

Statikus vagy animált
fejlesztés, mobil App
vagy WebAR
támogatással

Min 900 e -
Max 1,2 M Ft
+ áfa

AReDM

Statikus vagy animált
távrolról cserélhető
tartalom QR kód vagy
mobil App vagy
WebAR támogatással

Min 1,2 M -
Max 1,5 M Ft
+ áfa

Próbálja ki AR Vitamin csomagjaink egyikét és marketing szervezete hálás lesz érte
de még a sales is meg fogja érezni a jótékony hatását.



marketing@printosh.hu



*Gondold végig,
ötletelj és...*

Keress meg bennünket a kezdéshez!

A Web alapú (WebAR) kiterjesztett valóság technológia valóban úttörő. Lehet teljesen alkalmazás nélküli is és kompatibilis több mint 2,9 milliárd iOS és Android eszközzel világszerte. Adj ügyfeleidnek valóban emlékezetes élményt, növeld a megtérülését és újíts az iparágadban. Csatatunk készen áll a WebAR, VR, XR, MR technológia felhasználására, hogy az ötleteid és elképzeléseid életre keljenek.

Szolgáltatásaink, garanciáink, support

A Printosh Advertising AR és digitális fejlesztési árai, jellemzően óradíjban/napidíjban vannak megállapítva, amelyek tükrözik az adott szakember gyakorlatát, tapasztalatát és hozzáértését. Akik ilyen feladat megvalósítására vállalkoznak, azok jellemzően sok éves - az adott szakterületen is túlmutató - széles szakmai tudással és tapasztalattal rendelkeznek. Ez a fejlesztési metódus szinte az összes hagyományos és digitális marketing és kommunikáció essenciája. De ez a tudás sokszorosát jelenti akkor, amikor - a mai nagyon erős reklámzajban - még jobban felértékelődik az egyediség, láthatóság és a megjegyezhetőség.

KREATIVITÁS

25 éves piaci és kreatív szakmai tapasztalattal Digitális tartalomfejlesztés (kreatív, grafikai tervezés, interaktív felhasználói felületek tervezése)

100%
GARANCIA

100%
GARANCIA

100%
GARANCIA



FEJLESZTŐI TUDÁS

Rugalmas, egyedi igényekre felkészült fejlesztői csapat, több éves mobil és táblagépes és VR platformokon szerzett, - ráadásul nem csak frontend - hanem banki szintű backend tapasztalattal is.

SUPPORT

Általunk fejlesztett és telepített informatikai infrastruktúrák hardveres és szoftveres menedzselése, szerver és kliens oldali felügyelete, karbantartása.

Ha AR képes telefonod van, olvasd be ezt a QR kódot és megtapasztalod az új AR élmény hatását. Beolvasás után bökj a megtekintés gombra.



Ha most már Te is úgy gondolod, hogy sikeresen tudnánk segíteni az online tartalommarketinged célbajuttatásában, AR, WebAR, VR, MR, XR vagy Mobil fejlesztésben, akkor keress bennünket, elérhetőségeinken, és azonnal **elkezdhetjük a közös és sikeres együttműködést Printosh módra!**