



MEDIAMYNNIN UUSI ULOTTUVUUS

LISÄTYN TODELLISUUDEN MAINOSTEKNOLOGIAN
KEHITYSHANKE MEDIATALOILLE



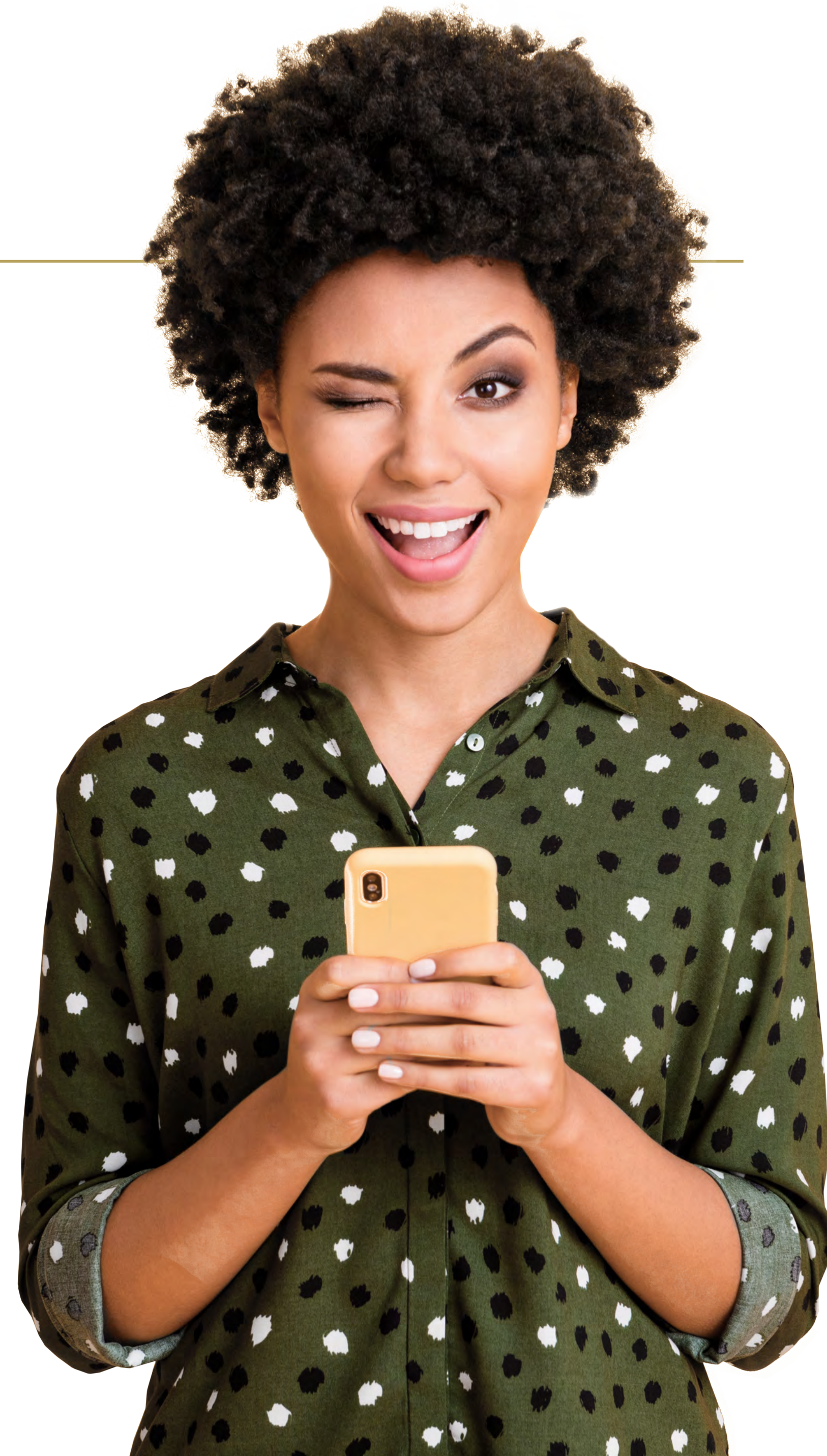


ARILYN

2013 perustettu Arilyn on suomalainen luova XR-teknologiatalo, joka tarjoaa asiakkailleen korkealaatuisen teknologian lisäksi myös kaikki sisällöntuotannon palvelut kuten

- konseptoinnin
- käsikirjoittamisen
- 2D ja 3D-tuotannot
- äänisuunnittelun
- projektinhallinnan ja
- fasilitoinnin

Arilyn työllistää 25 XR-alan ammattilaista ja toimii lisäksi tiiviissä yhteistyössä monialaisen alihankintaverkostonsa kanssa, johon kuuluu niin freelancer-yrittäjiä kuin isoja tapahtuma- ja mainostoimistojakin.





MISSIO

*Arilyn auttaa asiakkaitaan kukoistamaan
uudessa laajennetun todellisuuden mediassa.*



ARILYN®

Lisättyä todellisuutta B2B asiakkaille vuodesta 2013





MEDIAMYNNIN XR-HANKE

Hankkeen tavoitteena on luoda suomalaisille **mediataloille uudenlaisia ansaintamalleja** laajentamalla nykyistä digitaalisen mainosmyynnin kirjoa **lisätyn todellisuuden ratkaisulla**.



MIKSI XR KIINNOSTAA?

XR on erittäin sitouttava mediamuoto.

Käytetty aika

85 s

Paluut

20 x

Korkea Call to React

33 %



TAVOITTEET

- a) kartoittaa yhdessä mediatalojen kanssa digitaalisen mainosmyynnin tämän hetken kipupisteet, tärkeimmät kohderyhmät ja **tunnistaa mainostyypit** joihin lisätyn todellisuuden mainonta erityisesti soveltuu
- b) kehittää valmiita ja helposti käyttöön otettavia mainosteknologian **konsepteja pilotoitavaksi** mukaan lähtevien mediatalojen kanssa sekä
- c) tutkia **kansainvälisesti esimerkkejä** AR:n käytöstä mediatalojen mainosmyynnissä.



TOTEUTUS

- Projektin kesto 1.6. - 31.12.2020 (POC:it ja raportointi venähti alkuvuoteen 2021)
- Mukana A-lehdet, Alma Media ja Sanoma
- Workshop x 2 erikseen jokaisen mediatalon kanssa
- POC vaiheessa säännölliset työkokoukset
- Samaan aikaan taustaselvitystä kansainvälisestä AR-mainonnasta ja XR-mainonnan mediaoppaan toteutus





A-LEHDET - DELUX ARTIKKELI

A-Lehtien POCissa testattiin sisäisenä hankkeena AR:llä rikastettua Delux-artikkelia:

- Artikkel, johon lisäarvoa lukijalle tuo artikkeliin lisätty AR-ikkuna.
- AR-ikkuna näyttää 3D-mallin tuotteesta, kuten huonekalusta, jota artikkelin lukija voi tarkastella pyörittelemällä ikkunassa.
- 3D-mallin saa myös asetettua lukijan omaan ympäristöön, jolloin lukija saa tuotteesta paremman kuvan ennen ostopäätöstä.
- A-lehdet kehittää mainosmyyntiään Deluxe-artikkelilla, johon voidaan yhdistää myös muita lukijoita aktivoivia elementtejä, kuten kilpailuja tai kyselyitä.



ALMA MEDIA - VIRTUAALIARTIKKELI

Alma Median POC-toteutus oli sisältömarkkinoinnin virtuaalinen näyttelytila

Virtuaalisessa näyttelytilassa on kaksi huonetta:

1. huoneessa esitellään Alma Median sisältömarkkinointitiimi Alma Brand Studio
2. huoneessa on nostoja mediatalon toteuttamista mainosratkaisuista asiakkailleen

Tutustu itse: <https://webar.arilyn.com/alma/>



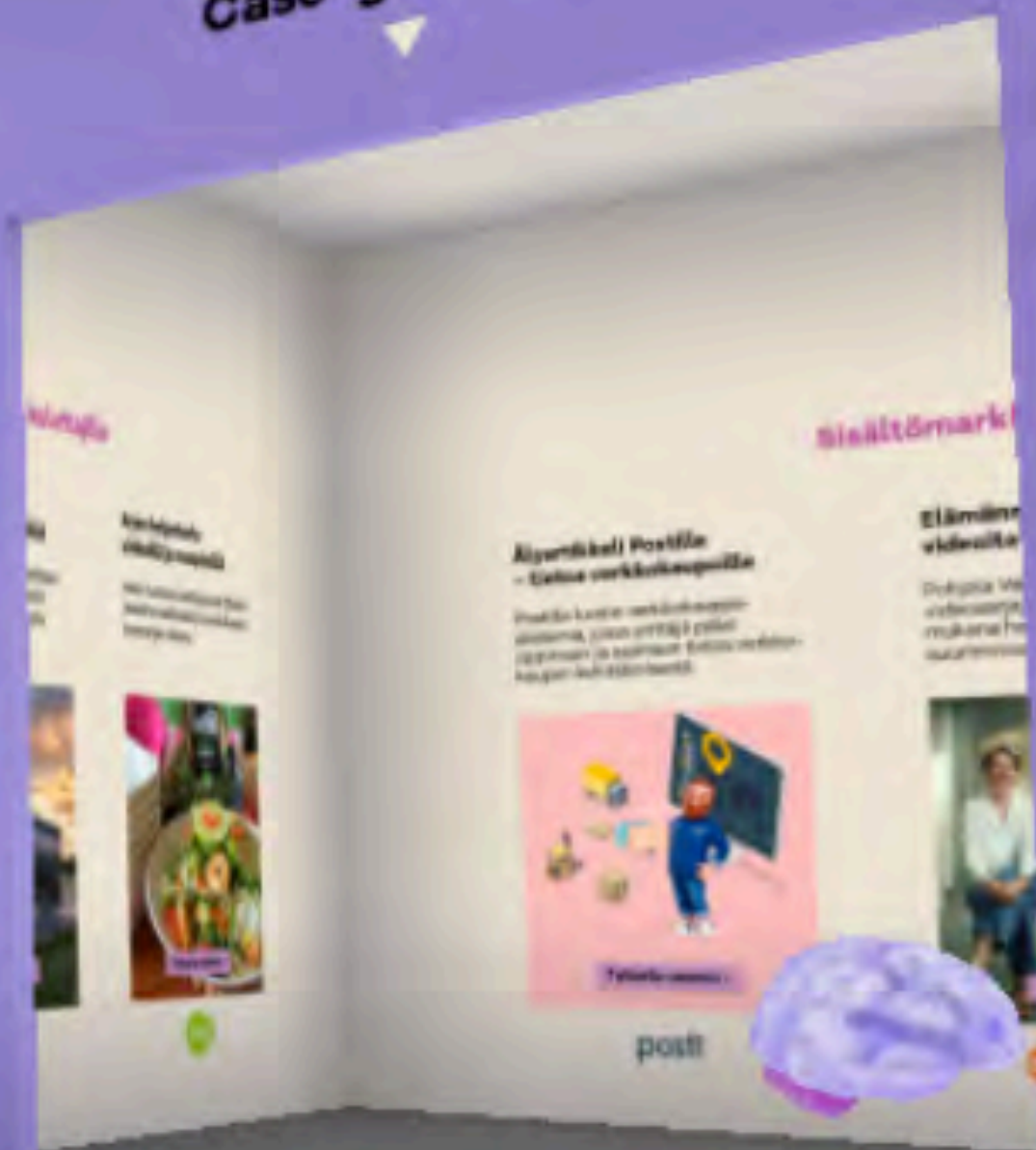
Alma Brand Studio - Luomme tarinoistasi menestystarinoita Laadukasta, luovaa ja vaikuttavaa sisältö- markkinointia

Suunnittelemme ja toteutamme vaikuttavaa ja tuloksellista sisältömarkkinointia liiketoimintasi kasvun tueksi. Käsissämme syntyy sisältömarkkinoinnin kaikki vaiheet luovasta ideasta tuotantoon, jakeluun oikeille kohderyhmille ja vaikuttavuuden mittaamiseen.

Laatu, luovuus ja data ohjaavat kaikkea tekemistämme.



Case-galleriaan

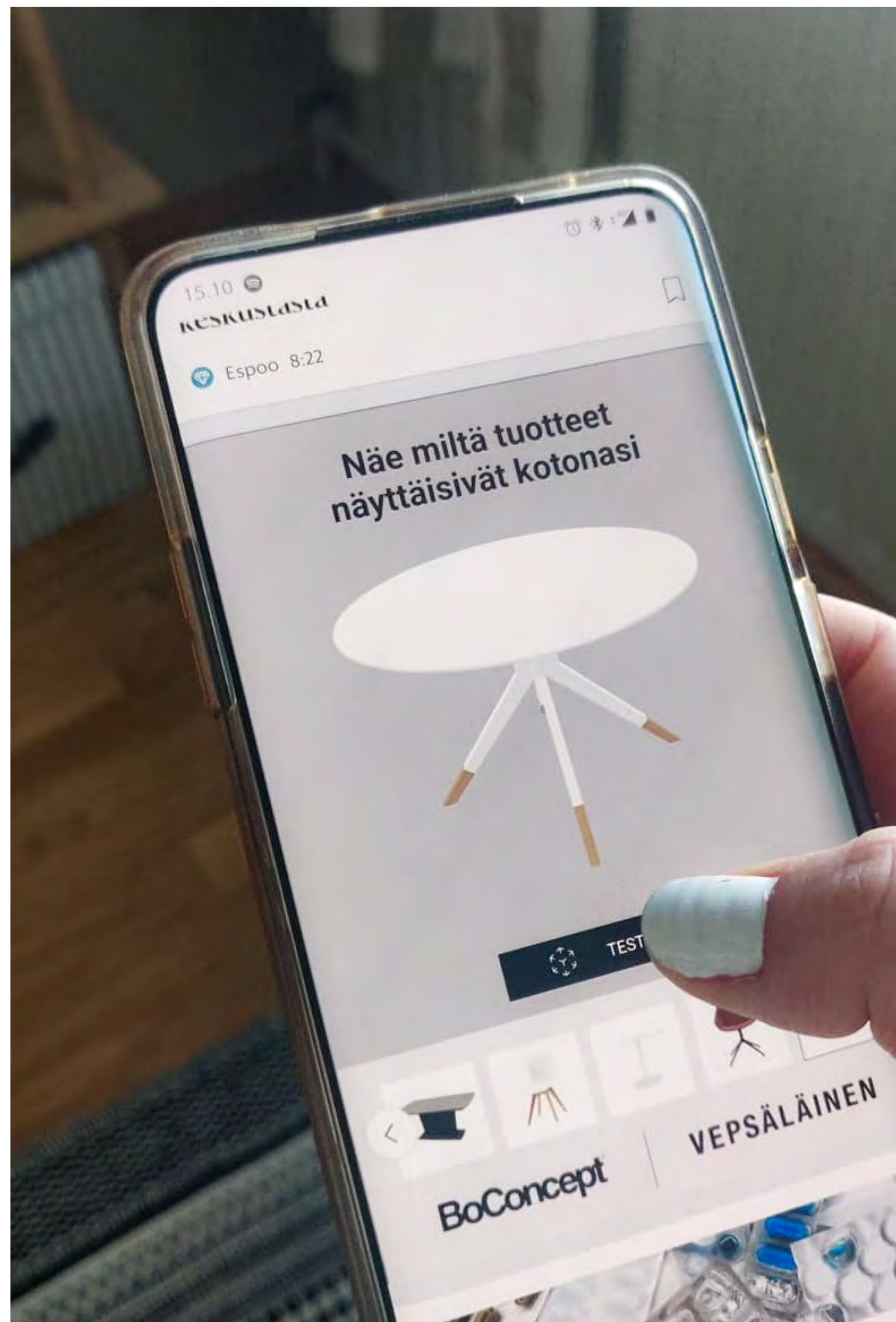




SANOMA - AR DISPLAY MAINOS

Sanoma testasi POC:issaan uutena mainosmuotona upotettua AR-ikkunaa

- Uutta tapaa hyödyntää display-mainontaa pilotoitiin yhdessä Vepsäläisen kanssa
- Pilotin display-mainoksesna toimi kuvakaruselli, jossa oli näkyvillä erilaisia BoConceptin tuoleja ja pöytiä
- Mainoksen toiminnallisuus mahdollisti käyttäjän pyöritellä huonekalun 3D-mallia laitteensa näytöllä, ja kokeilla, miltä huonekalu näyttäisi omassa kodissa
- AR-ikkunasta on ohjaus mainostajan verkkosivustolle







TULOKSET

Projektissa tunnistettiin kaikkiaan seuraavat XR-mediamainonnan konseptit:

- Virtuaalinen tila tuotesijoittelulla
- Virtuaalinen näyttelytila
- Virtuaalinen natiiviartikkeli 3D-visualisoinnilla
- AR-ikkuna artikkelin sisällä
- Virtuaalinen tuote-esittely
- 360-peli
- 360-galleria



DIGIOPAS



LATAA OMASI:

<https://www.mediaalantutkimussaatio.fi/tutkimukset/tutkimushankkeet/webar-mainospaikkana/>



JATKOT?

- Tuloksiin oltiin tyytyväisiä ja XR-mainosmuodot koettiin erittäin kiinnostaviksi
- POCien skaalaaminen varsinaisiksi tuotteiksi vaatii vielä tuotekehitystä ja etenkin prosessien kehittämistä (loppuasiakas - mediatalo sekä mediatalo - Arilyn)
- Huomattiin myös, että ulospäin hyvin identtisiltä tuntuvat konseptit voivatkin olla teknisesti varsin erilaisia toteuttaa - vaatii lisää tuotteistamista ja templateja
- Hankkeelle on haettu jatkorahoitusta, mediatalot ovat alustavasti ilmoittautuneet mukaan jatkohankkeeseen



OLLAAN YHTEYKSISSÄ



Emmi Jouslehto
CEO & Co-founder

emmi@arilyn.com

www.linkedin.com/in/emmijouslehto/

arilyn.com