

**CAN'T
SKIP THIS**

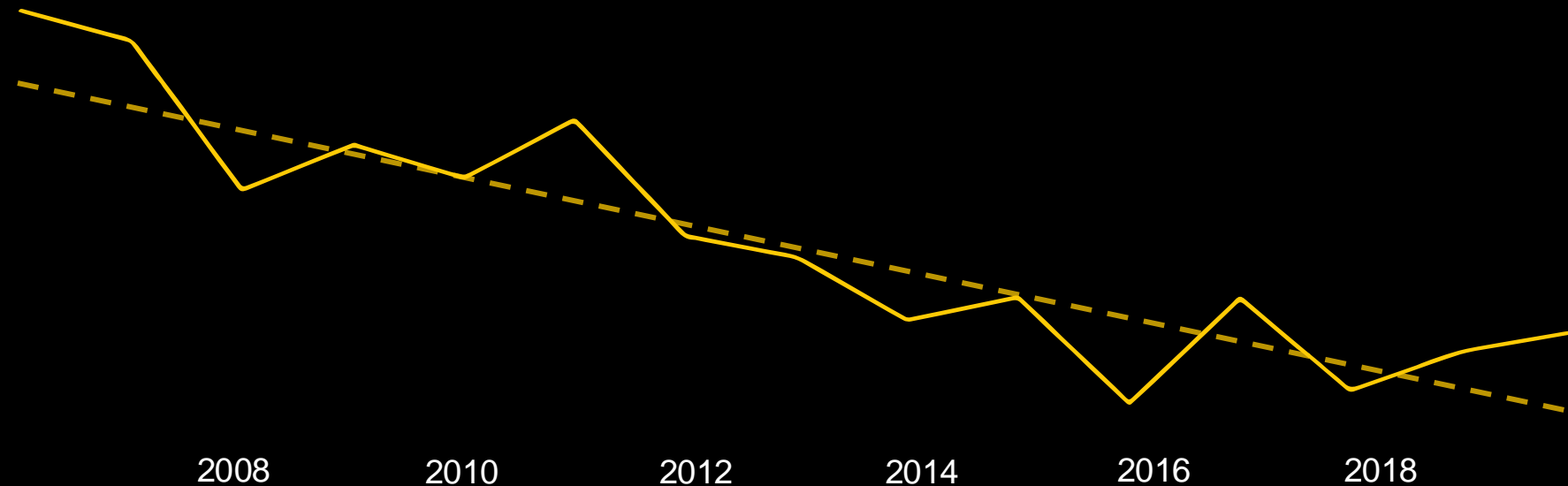
**3D:n mahdollisuudet digitaalisessa ulkomainonnassa –
miten erottua ja jäädä mieleen?**



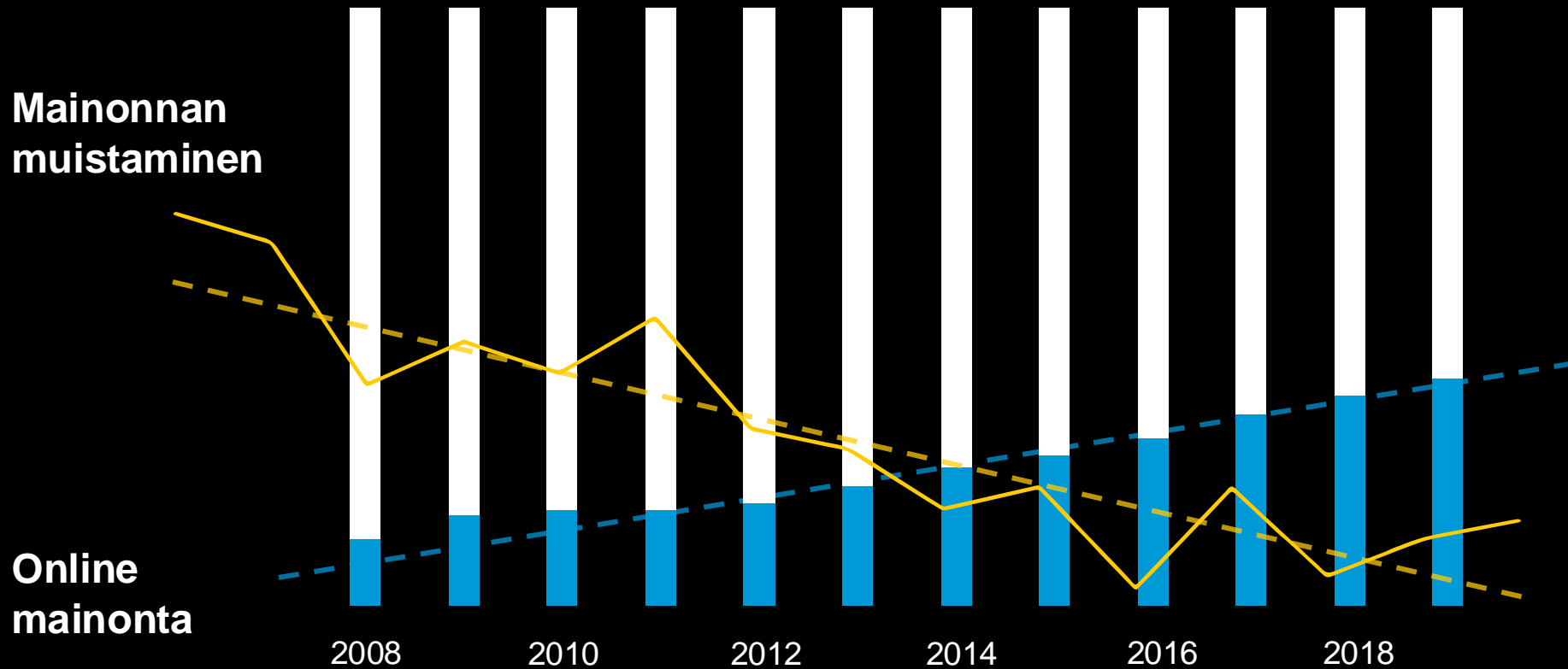
**Bauer
Media
Group**

Mainonnan muistaminen on laskussa...

Mainonnan muistaminen



... ja lasku on tapahtunut samassa suhteessa kuin online mainonnan kasvu

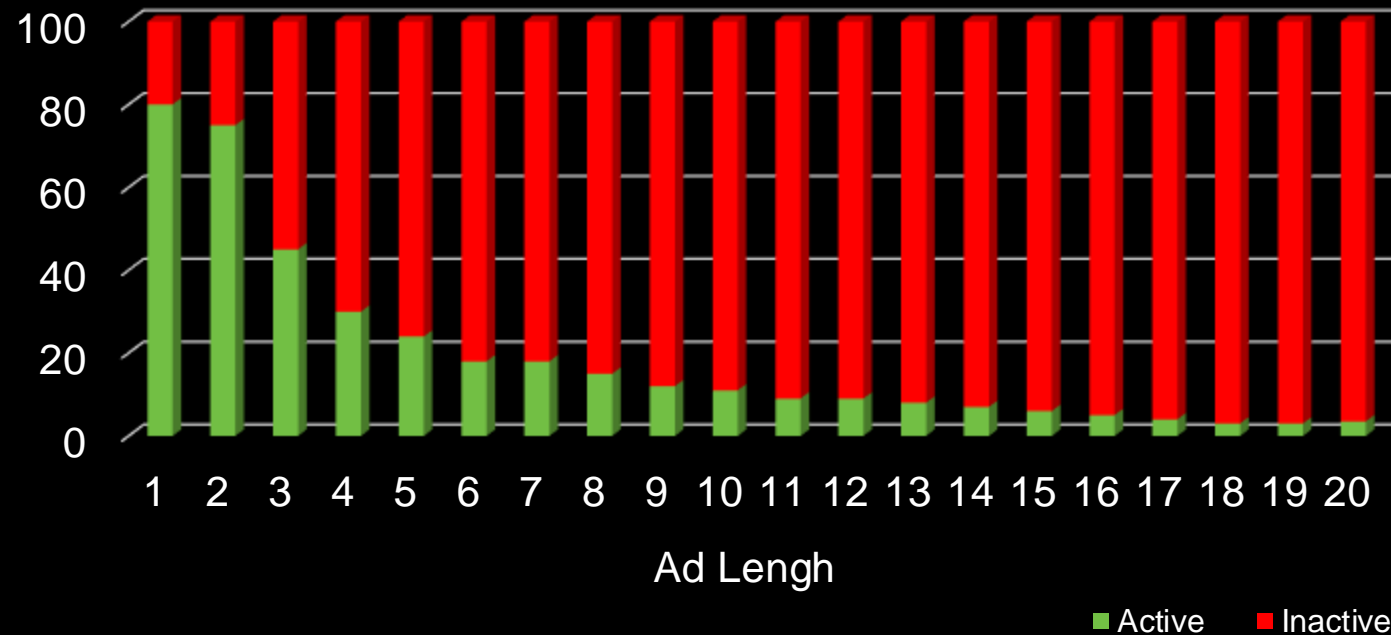


**Mainoksen huomaaminen
ei vielä tarkoita,
että brändi jää mieleen.**

**80 % display-mainoksista ja
39 % videomainoksista
jää huomaamatta,
vaikka ne näkyvät teknisesti.**

Mainonnan huomio tippuu merkittävästi sen loppua kohden

3 sec. time to get attention of the audience!



**Suunnittele jokainen hetki, kuin se
olisi mainoksen ensimmäinen
sekunti!**

**Suunnittele mainos,
joka myös jää mieleen.**

Suunnittele mainos, joka myös jää mieleen.

1 Teknisesti toimiva

2 Yleisölle relevantti

3 D

↑
Aloita tästä

Lisää kiinnostavuutta ↵

↑↑↑
Erotu enemmän

MYYYTTI 1

3D ei onnistu Suomessa, koska täällä ei ole oikeanlaisia pintoja.

The
Guardian



17 November 2011: Actors pose with gym equipment on what the Guinness World Records bills as the world's largest 3D painting, at Canary Wharf in London.

British artist Joe Hill's creation measures in excess of 1,120 square metres

Photograph: Paul Hackett/Reuters

3D street art around the world - in pictures

British artist Joe Hill's creation has broken records for the longest and largest surface area 3D painting, according to Guinness Book of World Records. We take a look at some other great examples of 3D street paintings, from crevasses in Ireland to shark-infested waters in China

Thu 17 Nov 2011 17.56 CET

The
Guardian



17 October 2007: Artist Kurt Wenner (seated left), finishes his 3D artwork, Waterloo Station, London

Photograph: Lewis Whyld/PA

**The
Guardian**



9 July 2008: The Crevasse street art by Edgar Muller in Dun Laoghaire, Ireland

Photograph: REX

Eli 3D toteutus onnistuu kaikkiin digitaalisiin pintoihin, jotka lähtökohtaisesti kohdataan oikein.

MYYYTTI 2

**3D-mainoksen toteuttaminen
on kallista ja vaikeaa.**

**3D-illuusioita
voi toteuttaa eri tasoisina**



**3D-illuusioita
voi toteuttaa eri tasoisina**



**Yksinkertaisimmillaan
kehyksillä ja 3D-
elementein, millä illuusio
luodaan**





1

Hyperrealistinen

"Unique-3D"

Anamorfinen 3D on rakennettu juuri tietylle mainospinnalle ja tiettyyn sijaintiin niin, että ympäristö huomioidaan kokonaisuudessaan.

2

Optimoitu

"Effective-3D"

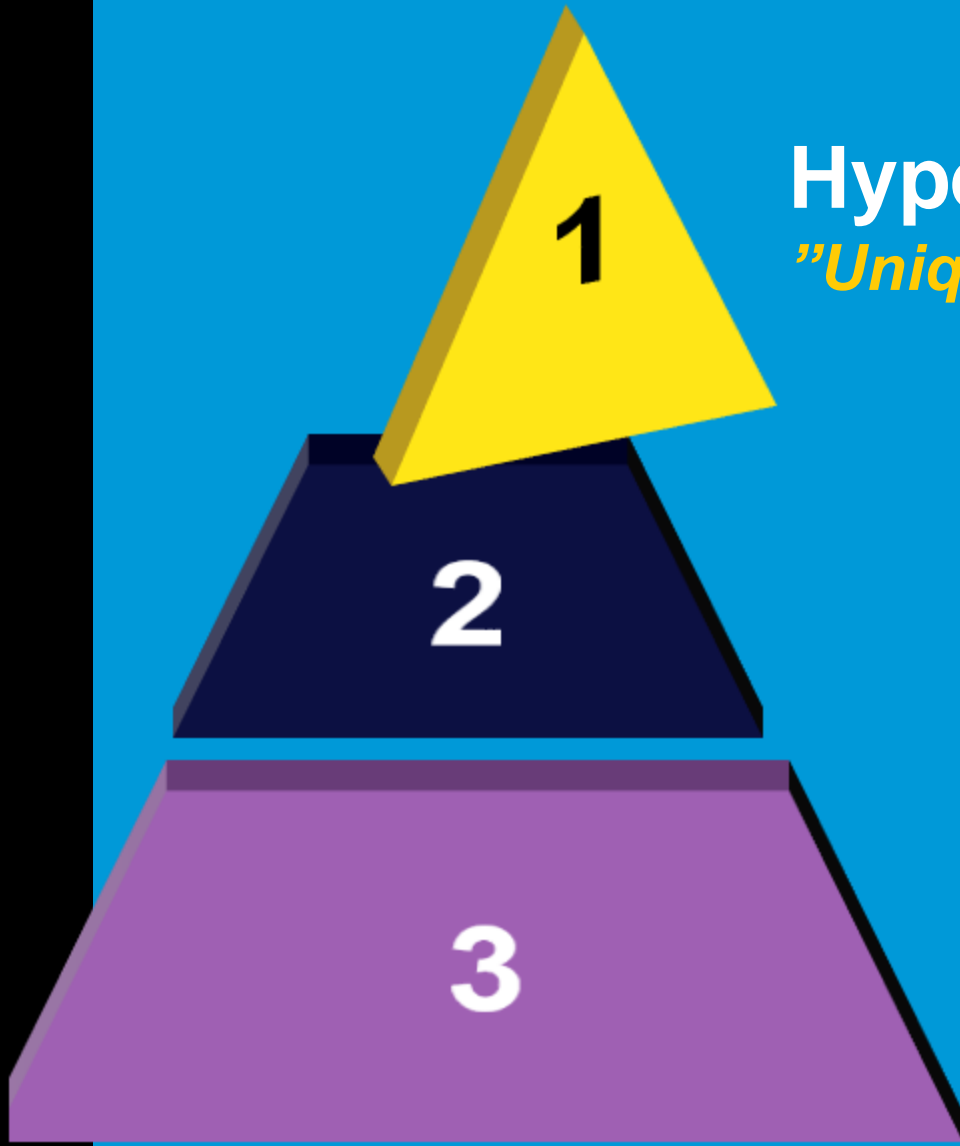
Illuusiassa huomioidaan, millaisesta katselukulmasta kutakin mainospintaa katsellaan.

3

Skaalautuva

"3D-Anywhere"

"3D-anywhere" sisältöä voidaan käyttää standardoidusti kaikilla erilaisilla näytöillä ilman suurta räätälöintiä. Edes katselukulmalla ei ole merkitystä.



Hyperrealistinen

"Unique-3D"

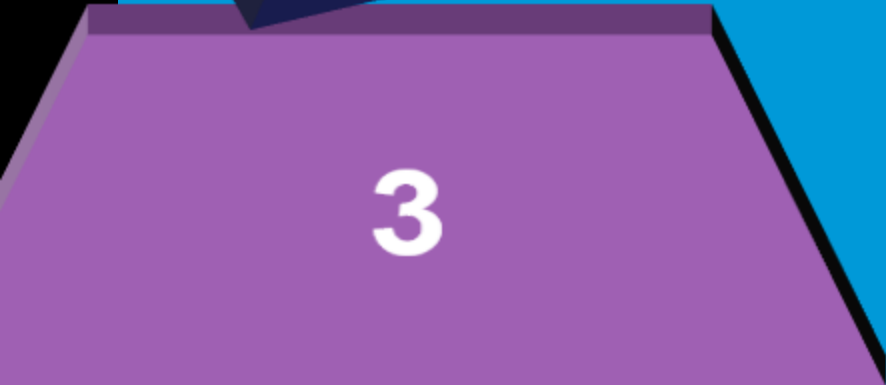


1

2

3





Optimoitu *"Effective-3D"*

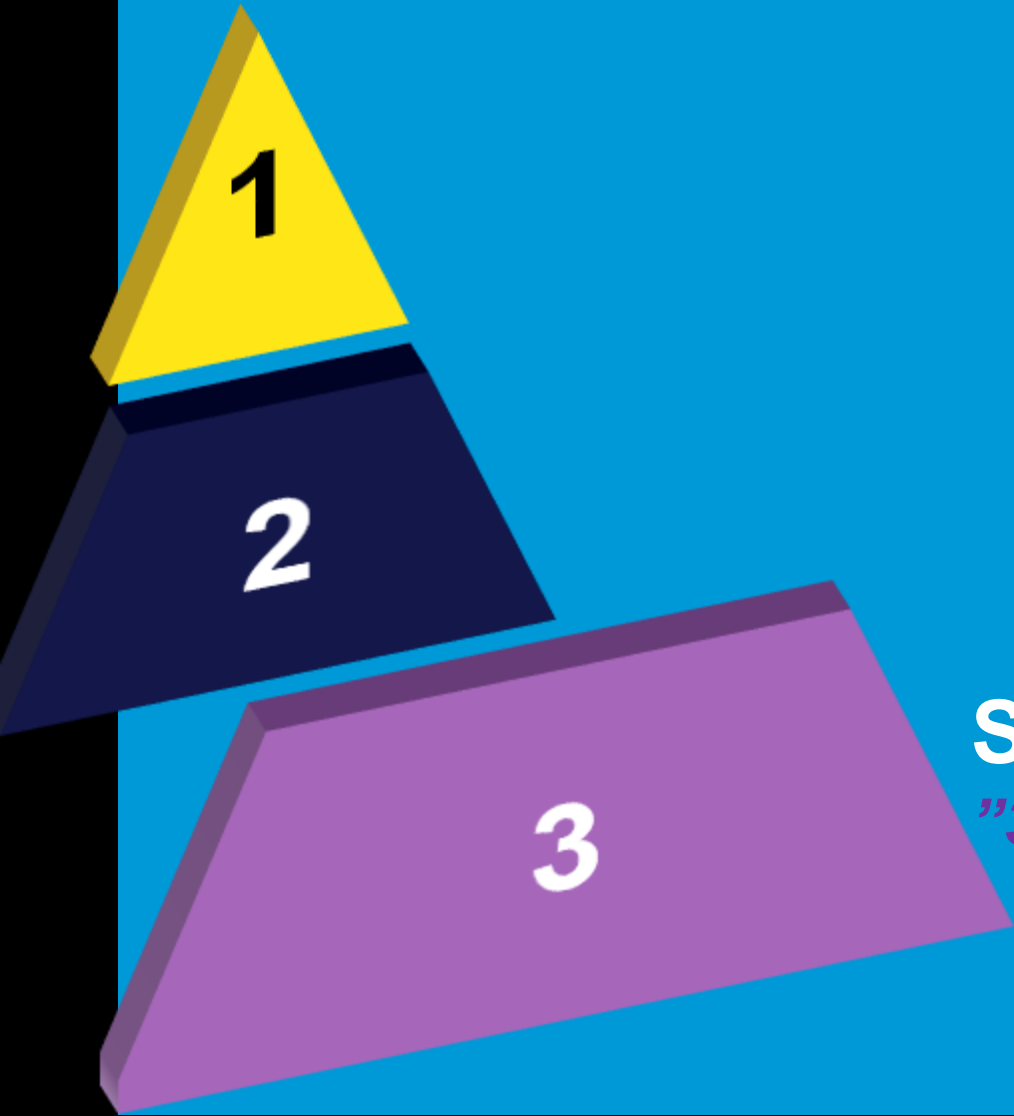


1

2

3





Skaalautuva

"3D-Anywhere"



1

2

3



MYYYTTI 3

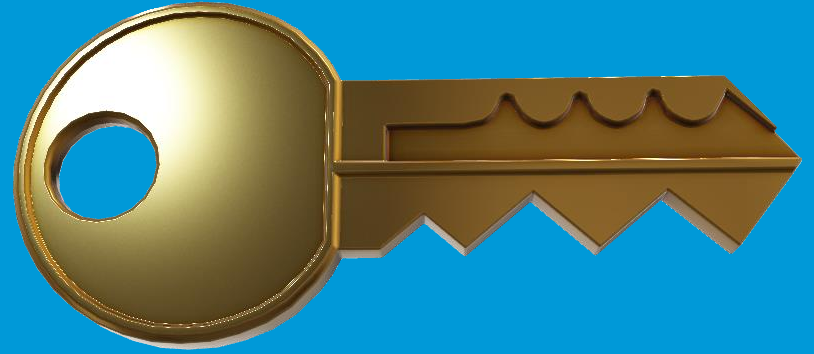
3D-mainoksen toteuttaminen vie liikaa aikaa suhteessa hyötyyn.

**3D-sisältö parantaa
merkittävästi sekä
kuluttajatytyväisyyttä että
ostoaikkeitä verrattuna
2D-sisältöön**

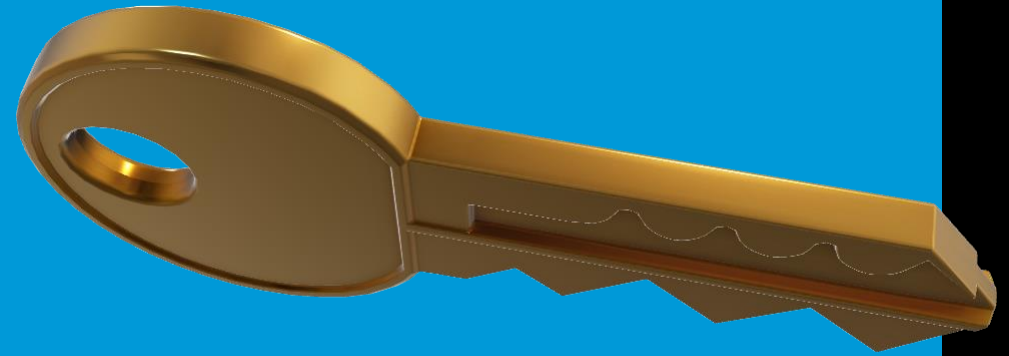
n. 2,5x parempi
spontaani muistaminen
(3D vs. 2D ulkomainos)

Lähde: Hatzithomas, Zotou & Palla 3D posters'
effectiveness, n=252, 10 erilaista mainosta

... ja **140%** parempi
vaikuttavuus



Tehokas suunnittelu on avain



**Tehokas
suunnittelu
on avain**



Tehokas
suunnittelu
on avain

ja teknologia
auttaa paljon



Tehokas
suunnittelu
on avain

ja teknologia
auttaa paljon





**Tämä tölkin 3D-malli
löytyi kuvapankista**



ja 3D-kuvat ovat
brändättävissä
helposti
omalle tuotteelle



...joko inspiraatio iski?



WHERE THE MAGIC HAPPENS

DOOH – intensive interactions in Real World.