



KOZMINSKI UNIVERSITY

# Nowe narzędzia komunikacji

Dr Jolanta Tkaczyk

[www.twitter.com/rynkolog](http://www.twitter.com/rynkolog)

[www.facebook.com/rynkologia](http://www.facebook.com/rynkologia)

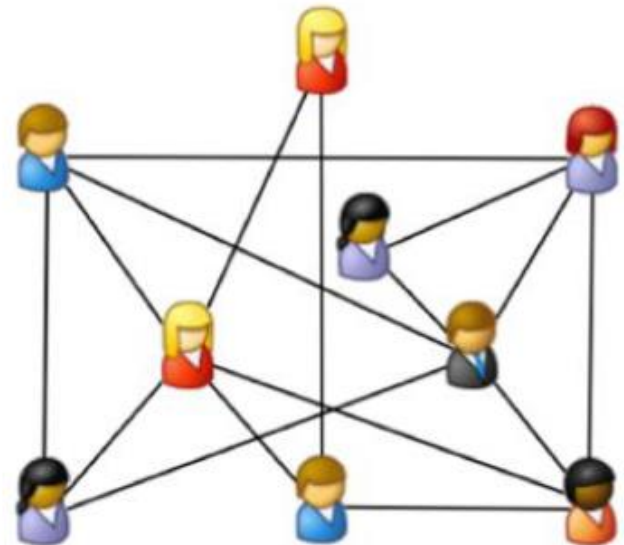
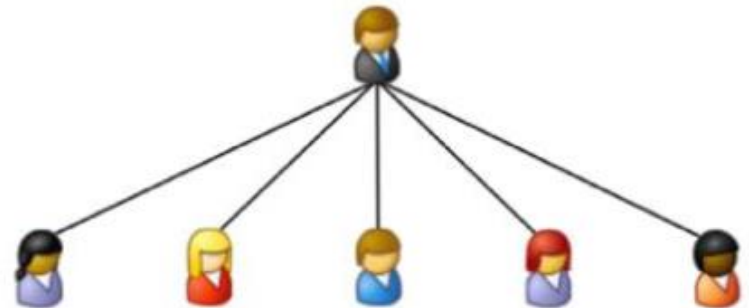


# Agenda

- Nowe instrumenty komunikacji marketingowej
  - Marketing internetowy
  - Advertainment, grywalizacja, ARG, media społecznościowe
  - Marketing mobilny
  - Ambient media
  - Guerilla marketing
  - Ambush marketing
  - RTM
  - Marketing szeptany i wirusowy
  - Product placement – lokowanie produktu

# Komunikacja - zmiany

- Zmiana paradygmatu komunikacji - z jednego do wielu na wiele do wielu
- Liczy się rozmowa
- Rozmowa buduje więź
- „Rynki to rozmowy”  
(ClueTrain Manifesto)



**„Twoja paczka czeka na odbiór w Paczkomacie.”  
zastąpione przez „Hej! Paczucha z tej strony. Piszę z  
Paczkomatu. Ogólnie nie narzekam, ale wiesz jak to  
mówią ,wszędzie dobrze, ale domu najlepiej’.  
Prośba: przyjdź już po mnie.”  
zwiększyło liczbę odbiorów w pierwszej dobie o 40%.  
To potęga personalizacji.**

Cechy współczesnej komunikacji (przynajmniej 2/3):

Ważna

Użyteczna

Rozrywkowa

## DYNAMIKA WYDATKÓW NA REKLAMĘ W POLSKICH MEDIACH W 2016 ROKU



TV

+2,6%



Internet

+10,6%



Prasa

Magazyny Dzienniki

-13,8% -15,3%



Radio

+4,8%



Kino

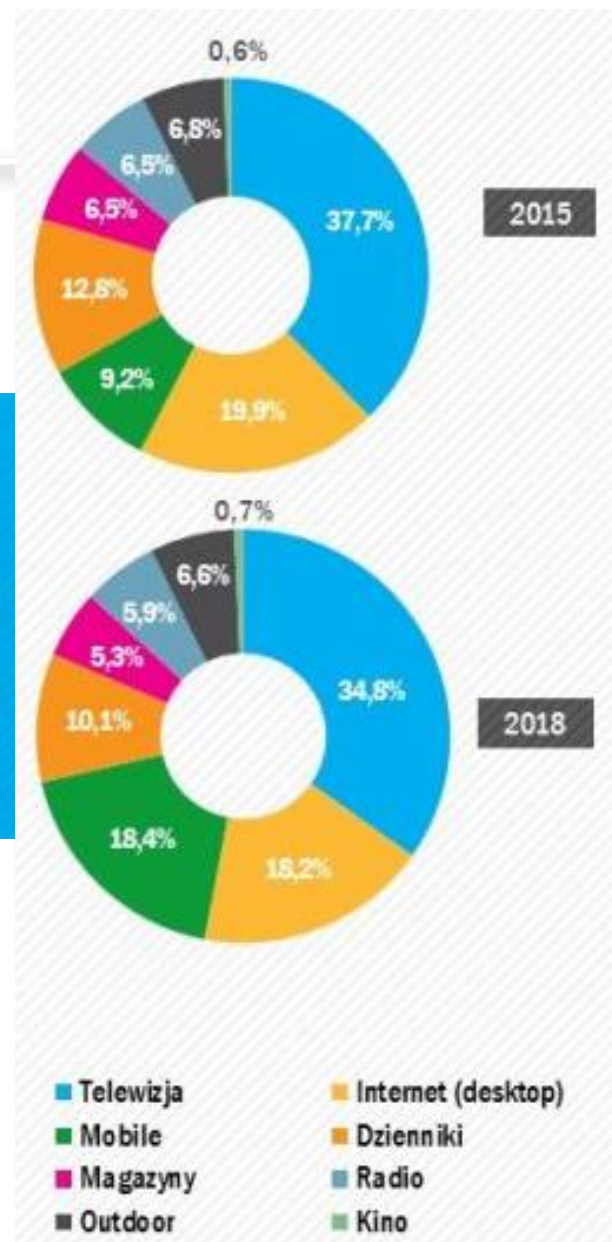
+1,7%



Outdoor

-0,9%

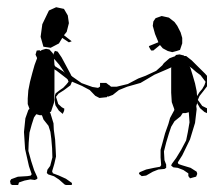
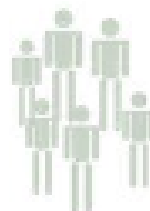
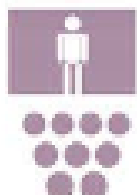
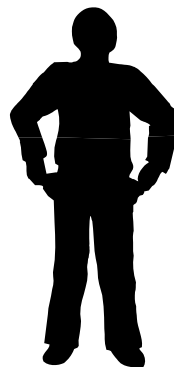
Zenith optimedia



# Media - zmiana

Paid		Owned		Earned	
Rich media	Online Display	Strony www	Mikrosajty	Blogi	UGC
Video	Mobile	Podcasty	Video	Buzz marketing	Marketing społecznościowy
In-game	Email	Mobile kontent	SEO	WoM	Brandowana komunikacja
SEM	SMS	Widżety	Advergaming		
		Email / SMS	RSS		
<i>TV</i>	<i>Radio</i>	<i>Prasa/ Broszury</i>			<i>PR</i>
<i>Kino</i>	<i>OOH</i>	<i>Customer service</i>	<i>Direct Mail</i>	<i>Word of mouth</i>	<i>Feedback konsumencki</i>
<i>In-store</i>	<i>Prasa</i>		<i>Eventy</i>		

# W dzisiejszych czasach każdy z nas...



- tworzy
- wybiera
- uczestniczy
- wymienia
- kupuje
- korzysta
- wpływa
- komentuje
- ...zmienia się



4 z 5 polskich internautów przyznaje, że korzysta z telefonu w łóżku. 1/3 zabiera go nawet do łazienki.

77 proc. Młodych ludzi w wieku 18-30 lat sięga po smartfon zaraz po przebudzeniu.

Co to oznacza dla komunikacji marketingowej?



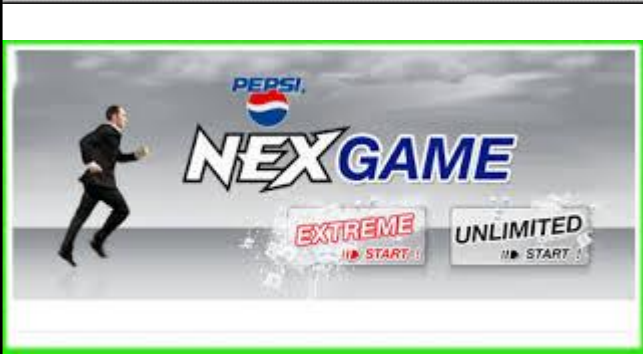


# Nowe i „nowe” narzędzia komunikacji

	<b>Nowe narzędzia</b>	<b>Stare narzędzia</b>
<b>Nowe zastosowania</b>	Internet Technologie mobilne Real Time Marketing/RTC	Ambient media Guerilla marketing Shockvertising Advertainment Ambush marketing
<b>Stare zastosowania</b>	Product placement Marketing wirusowy	Marketing szeptany Event marketing

# Advertainment

- (reklamo-zabawa, reklamo-rozrywka) - przekaz reklamowy zawarty w rozrywkowej formie, nie zawsze bezpośrednio powiązanej z samym produktem. Najpopularniejszy w Internecie, istnieją jednak również przykłady spoza tego medium.
- Advergaming , advergames – gry z produktami w roli głównej
- Adverworlds (np. webkinz.com) – światy reklamowe



<https://www.youtube.com/watch?t=110&v=JfpuqfqC-ts>



[https://www.youtube.com/watch?v=HwGJ5enp\\_5c](https://www.youtube.com/watch?v=HwGJ5enp_5c)

2001-2004

THE ESCAPE

CAST & CREW

BEHIND THE SCENES

POSTERS

5 SERIES



THE DRIVER

CLIVE  
OWEN

BMW.COM

2016



Take a Tour

News

Buy Plush

Parents

Membership

Help

En Français

Privacy & More

# Webkinz<sup>™</sup> Play



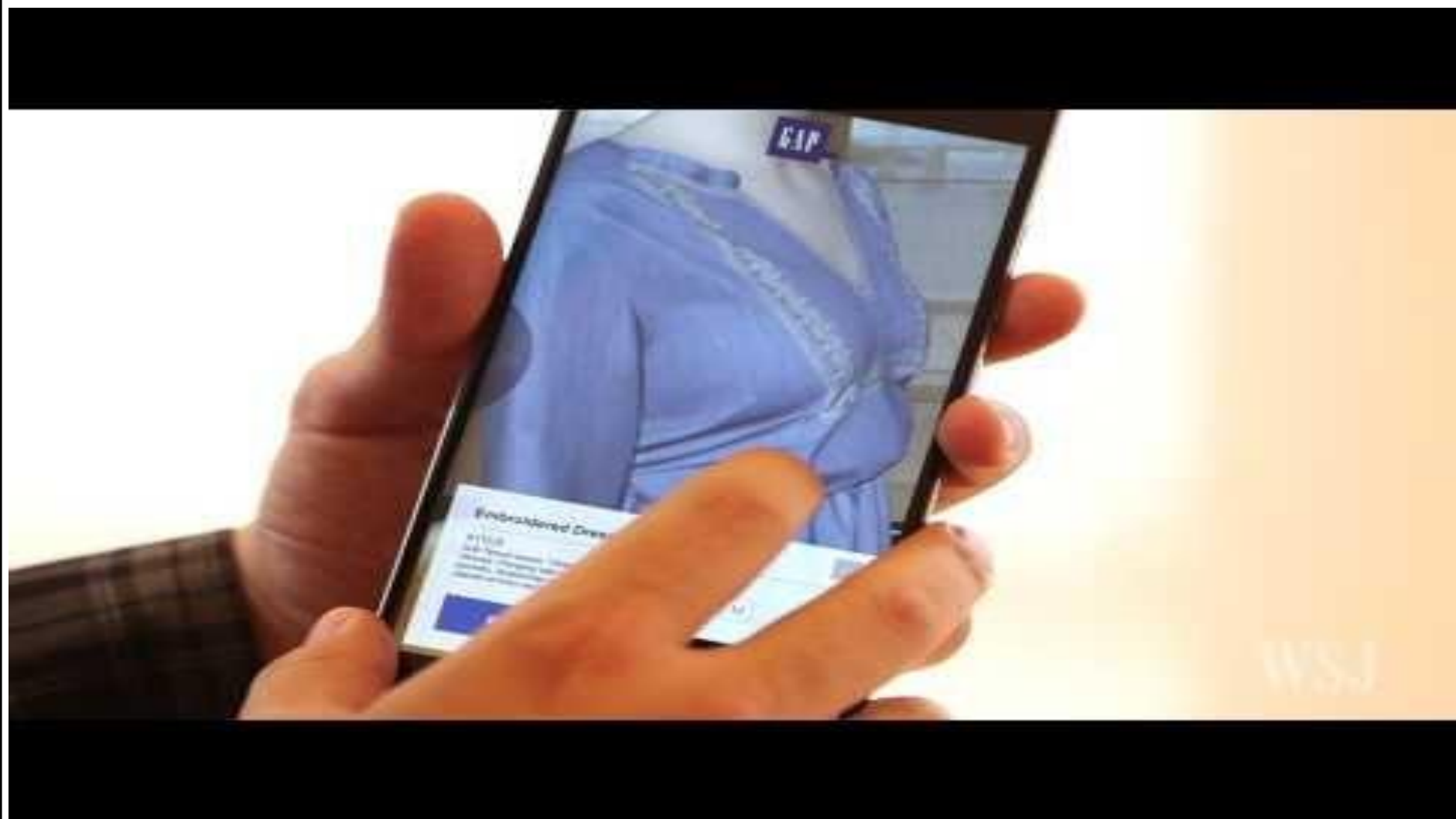
Promotional Ad

**Webkinz**  
**ROOM  
DESIGNS!**  
LET'S SEE!

# Augmented reality – rozszerzona rzeczywistość

- system łączący świat rzeczywisty z generowanym komputerowo. Zazwyczaj wykorzystuje się obraz z kamery, na który nałożona jest generowana w czasie rzeczywistym grafika 3D
- R. Azuma definiuje AR jako system:
  - łączący w sobie świat realny oraz rzeczywistość wirtualną,
  - interaktywny w czasie rzeczywistym,
  - umożliwiający swobodę ruchów w trzech wymiarach.









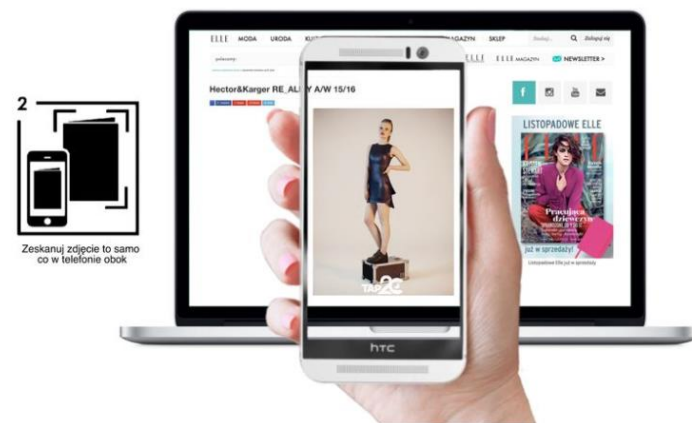
# Lookbook 3D

**Augmented reality** to technologia łącząca świat rzeczywisty z generowanym komputerowo obrazem 3D. Dzięki aplikacji Tap2C ma możliwość obejrzenia kolekcji ubrań **Hector&Karger** w zupełnie innym niż dotychczas wymiarze. Przy użyciu smartfona tradycyjna fotografia lookbookowa prezentowana jest w postaci trójwymiarowej sylwetki.

<https://vimeo.com/31822416>

[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=42  
&v=IBQzXi04JpE](https://www.youtube.com/watch?time_continue=42&v=IBQzXi04JpE)

Każdy element najnowszej kolekcji został sfotografowany w specjalnie skonstruowanej instalacji składającej się z ponad 80 aparatów fotograficznych. Powstałe zdjęcia zostały przetworzone na modele 3D i zaadaptowane do aplikacji mobilnej. Tak przygotowane sylwetki można obejrzeć z każdej perspektywy!







# VR

- [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=49&v=IUal\\_Lrhec0](https://www.youtube.com/watch?time_continue=49&v=IUal_Lrhec0)

# Grywalizacja

- **Grywalizacja** lub **gryfikacja** lub **gamifikacja** (ang. *gamification*) – wykorzystanie mechaniki znanej np. z gier fabularnych i komputerowych, do modyfikowania zachowań ludzi w sytuacjach niebędących grami, w celu zwiększenia zaangażowania ludzi. Technika bazuje na przyjemności, jaka płynie z pokonywania kolejnych osiągalnych wyzwań, rywalizacji, współpracy itp. Grywalizacja pozwala zaangażować ludzi do zajęć, które są zgodne z oczekiwaniami autora projektu, nawet jeśli są one uważane za nudne lub rutynowe.





Introducing the all-new Foursquare, which learns what you like and leads you to places you'll love.

f Facebook

Email

Here are some popular tips in Warsaw. Select a taste to see more:



"Lody mango ♥"

Alexandra Querida @ Sucré - Lody Naturalne

Outdoor seating

Bratwurst

Whiskey

Vegetarian food

Dog friendly places

Seafood

Cocktails

Red wine

Foursquare helps you find the perfect places in Warsaw to go with friends:

lokter



DLA BIZNESU

Blog

Jak to działa

Zarejestruj się

Zaloguj się

## Zaproś klientów do gry

Reguły są proste: im częściej klient bywa u Ciebie, tym fajniejsze bonusy dostaje.

Ty zdobywasz stałych, powracających klientów, a Twoi klienci czują, że doceniasz ich lojalność.

Dowiedz się więcej

*Dla biznesu*

*Twój klient będzie odwiedzał cię coraz częściej*



ZAREJESTRUJ SIĘ



Lokter dostępny na iPhone i Android



ZDOBYWAJ NAGRODY



DZIEL SIĘ I ODKRYWAJ



ZDOBYWAJ KLIENTÓW



AKTYWIZUJ SPOŁECZNOŚĆ

Google Analytics  
Google+ Platform  
Twitter Button

# Alternate reality game (ARG)

- **Gry alternatywnej rzeczywistości (ARG)** określa się mianem sposobu w jaki twórcy kampanii przekraczają granice pomiędzy rzeczywistością a światem wirtualnym. To rozbudowane, interaktywne przedsięwzięcia, których rozgrywka toczy się w prawdziwym świecie, a poszczególne jej elementy odbywają się za pośrednictwem przeróżnych mediów i środków komunikacji, takich jak e-maile, komunikatory, strony internetowe, ale również telefony, gazety i tradycyjna poczta. W ARG urzeczywistnia się wyraźnie konwergencja mediów, w tym wypadku użyta w celu rozrywkowym, na potrzeby gry.

# Bardzo krótka historia

- 1999 – Blair Witch Project
- 2001 – „The Beast”, kampania reklamowa filmu Stevena Spielberga A.I.; gracze, przeszukując Internet odnajdowali strony pochodzące rzekomo z 2142 roku, wykonywali mnóstwo telefonów i emaili do postaci z gry, prowadzili „śledztwo” w sprawie pewnego fikcyjnego morderstwa.
- 2004 – „I love bees”, Halo2
- 2005 – lastcallpoker.com , gra „GUN”; „Art of the Heist” – Audi
- 2006 – Lost experience – LOST.
- 2007 – Vanishing Point - Windows Vista
- 2008 – projekty niekomercyjne – „Traces of Hope” – brytyjski czerwony krzyż, „ARGuing for Multilingual Motivation in Web 2.0” UE, nauka języków w Unii.
- 2009 - Something in the sea – Bioschock 2
- 2010 – Lewis Hamilton Secret Life

# Prometeusz

- 28 lutego 2012 roku uczestnikom jednej ze słynnych **konferencji TED** (Technology, Entertainment and Design) zaprezentowano niezwykły materiał filmowy – zapis wystąpienia z niedalekiej przyszłości: z 2023 roku.
- <https://www.youtube.com/watch?v=dQpGwnN3dfc#t=10>



# Prometeusz

- 20 tys. osób wysłało film na swoje strony na Facebooku, ponad 6 tys. podało informację o viralu na Twitterze, film zanotował także ponad 400 tys. odsłon na jednym tylko kanale YouTube.
- Kampania transmedialna

<https://www.youtube.com/watch?v=3rPLhRKTiP>

!



# Prometeusz

- Na WonderCon, corocznemu konwentowi poświęconemu twórczości komiksowej i science fiction, światło dzienne ujrzał nowy trailer „Prometeusza”. Wydarzenie było transmitowane na żywo przez Facebook, Twitter oraz stronę AMC Theatres.
- Trailer w ciągu pierwszego dnia obecności online zanotował ponad 3 mln odsłon.



# Prometeusz

- W marcu na łamach „The Wall Street Journal” pojawiła się całostronicowa reklama prasowa najnowszego osiągnięcia cybernetycznej technologii –**androida Davida 8**, sygnowanego znakiem Weyland Industries.
- Viral zatytułowany „Happy Birthday, David” zadebiutował 17 kwietnia na Facebooku, **Mashable** oraz **Yahoo**



# Prometeusz

Dzięki współpracy Foxa z Verizon FiOS powstał wirtualny model statku Prometeusz, który na pewien czas uchylił swe potężne podwoje przed internautami odwiedzającymi stronę [www.verizon.com/mission](http://www.verizon.com/mission).



verizon

## PROMETHEUS

MISSION CONNECT

REGISTER NOW FOR A CHANCE TO WIN A TRIP TO LONDON. THEN PLAY THE GAME TO UNLOCK MORE ENTRIES AND EXCLUSIVE MOVIE CONTENT

Enter your email address below and register to get five entries for a chance to win. Then join the crew of Prometheus and use Verizon Home Monitoring and Control to search the ship, unlock exclusive movie content and solve the ultimate mystery. Plus, earn even more entries just for playing.

**You could win a trip to London.**  
Get five entries for registering, then play for even more chances to win a trip to London, where the movie was filmed.

**Always be close to home.**  
See how easy it is to stay connected to home, near and far, with Verizon Home Monitoring and Control. Available today.

LEARN MORE

LEARN MORE

PLAY THE GAME:  **BEGIN**

# Prometeusz

- Oficjalna strona poświęcona filmowi [ProjectPrometheus.com](http://ProjectPrometheus.com) ewoluowała i wzbogacała swą zawartość wraz z rozwojem kampanii promocyjnej filmu. Przede wszystkim dostarczała fanom szczegółowych informacji o planowanym przez Weyland Industries projekcie – kosmicznej ekspedycji w poszukiwaniu źródeł ludzkiego istnienia.
- pojawiła się także witryna korporacji Weyland Industries [WeylandIndustries.com](http://WeylandIndustries.com), uzbrojona w informacje o działalności firmy, jej głównych założeniach oraz znaczących dla świata osiągnięciach technologicznych.

# Prometeusz

- Po emisji oficjalnego trailera pojawia się nowy viral, zatytułowany „Quiet Eye”. Film przybliża kolejną postać filmowego świata – dr Elizabeth Shaw (Noomi Rapace).



# Stacja Prometeusz (paryskie metro)



# Prometeusz – działania w czasie premiery i po premierze

- Premiera transmitowana na żywo
- Rekrutacja pracowników przeprowadzona przez Weyland Industries na ComicCon w San Diego (lipiec) Wydarzenie poprzedziła aktualizacja **na stronie korporacji (w sekcji „Kariera”)** oraz wprowadzenie do Sieci dwóch nowych filmów.
- Film zarobił 303 mln USD



**NOW HIRING!**

FOR MORE INFORMATION  
CALL: \*\*WEYLAND

TO APPLY VISIT:  
[WWW.PROJECTPROMETHEUS.COM/ID](http://WWW.PROJECTPROMETHEUS.COM/ID)

---

 [WHATIS101112.COM](http://WHATIS101112.COM)

---

 **\*\*WEYLAND (\*\*9395263)**



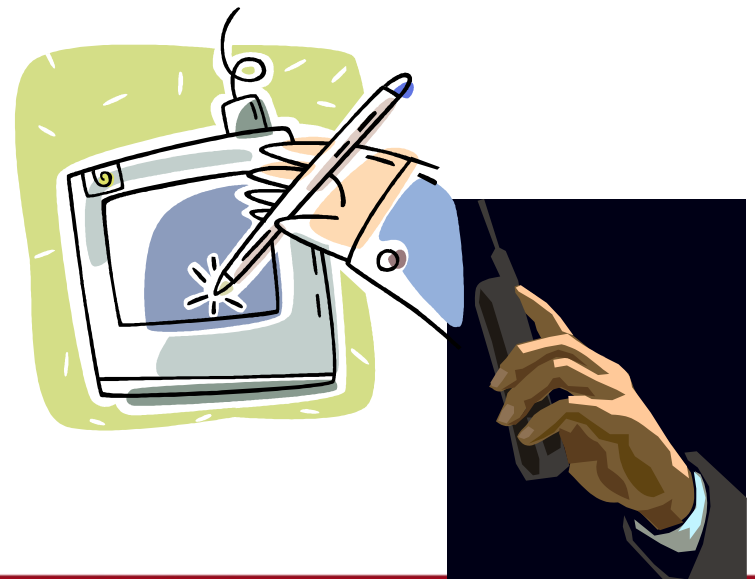
# Prometeusz – tajemnica sukcesu kampanii

- zręczne utrzymywanie atmosfery tajemnicy, oddziaływanie marką reżysera i wykorzystanie odpowiednich konotacji
- stopniowanie napięcia aż do kulminacyjnego wybuchu potężnej frekwencji
- angażowanie fanów twórczości Scotta, wyczekujących na jego nowy film (ciągły dialog z nimi, budowanie przestrzeni zaangażowania)
- umiejętne wykorzystanie potężnej siły mediów społecznościowych
- świetna koordynacja działań na poziomie wszystkich wykorzystanych mediów (strony współpracowały ze sobą i odsyłały do kolejnych elementów marketingowej układanki)



# Marketing mobilny

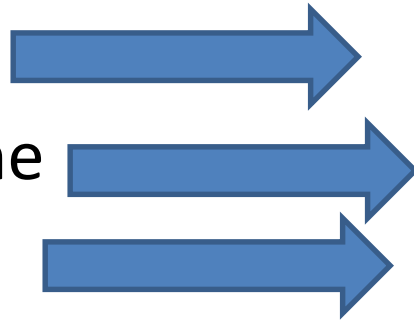
- obejmuje ogół działań marketingowych prowadzonych z wykorzystaniem bezprzewodowych urządzeń komunikacyjnych



# Cechy marketingu mobilnego

Urządzenia mobilne są

- Osobiste
- Komunikacyjne
- Towarzyszące



Marketing mobilny jest

- Precyzyjny
- Interaktywny
- Impulsowy

# Przykładowe zastosowania

- Reklama marki lub produktu
- Promocja sprzedaży
- M-commerce
- Program lojalnościowy
- Zasilanie baz danych





Oryginalny kod QR stworzony na potrzeby kampanii reklamowej serialu HBO – True Blood.



Znacznik w kształcie czerwonego krzyża, mający zachęcić do pomocy Japończykom po trzęsieniu ziemi i tsunami.



Kod stworzony dla marki piwa Patrick Donnelly. Znacznik wyświetlał się na fanpage'u marki na Facebooku.



Kod QR, z pandą pośrodku, odsyła do mobilnej strony marki Louis Vuitton.

# Burberry

- [https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=46&v=LRiZMVEIhas](https://www.youtube.com/watch?time_continue=46&v=LRiZMVEIhas)

# Ambient media

- alternatywny nośnik reklamy, inny niż powszechnie używane.
- media standardowe użyte w sposób niekonwencjonalny.
- niestandardowe działania reklamowe prowadzone w miejscach, gdzie konsument reklamy się nie spodziewa
- rozwiązania, które mają zaskakiwać odbiorcę - poprzez zestawienie z kontekstem, nietypowym otoczeniem, nietypową formą nośnika albo przez swoją mnogość i siłę oddziaływania



# Typologia ambient

<b>Lokalizacja nośnika Sposób odbioru</b>	<b>indoor</b>	<b>outdoor</b>
<b>pasywny</b>	Reklama w pubach, klubach, aptekach	Orzech Snickersa wystający z plakatu; obrandowana żaglówka
<b>interaktywny</b>	Mikołaj w CH; automat do gier w salonie samochodowym	Plac zabaw zaludniony postaciami z gry wideo, Interaktywny billboard

# Guerilla marketing

## Czyli marketing partyzancki

- nietypowe działania reklamowe w nietypowych sytuacjach, organizowane często przy ograniczonym budżecie
- niekonwencjonalne działania mające na celu uzyskanie maksimum efektów przy minimalnej liczbie środków
- To także wywoływanie pozornych sytuacji kryzysowych we własnej firmie i w firmach konkurencyjnych



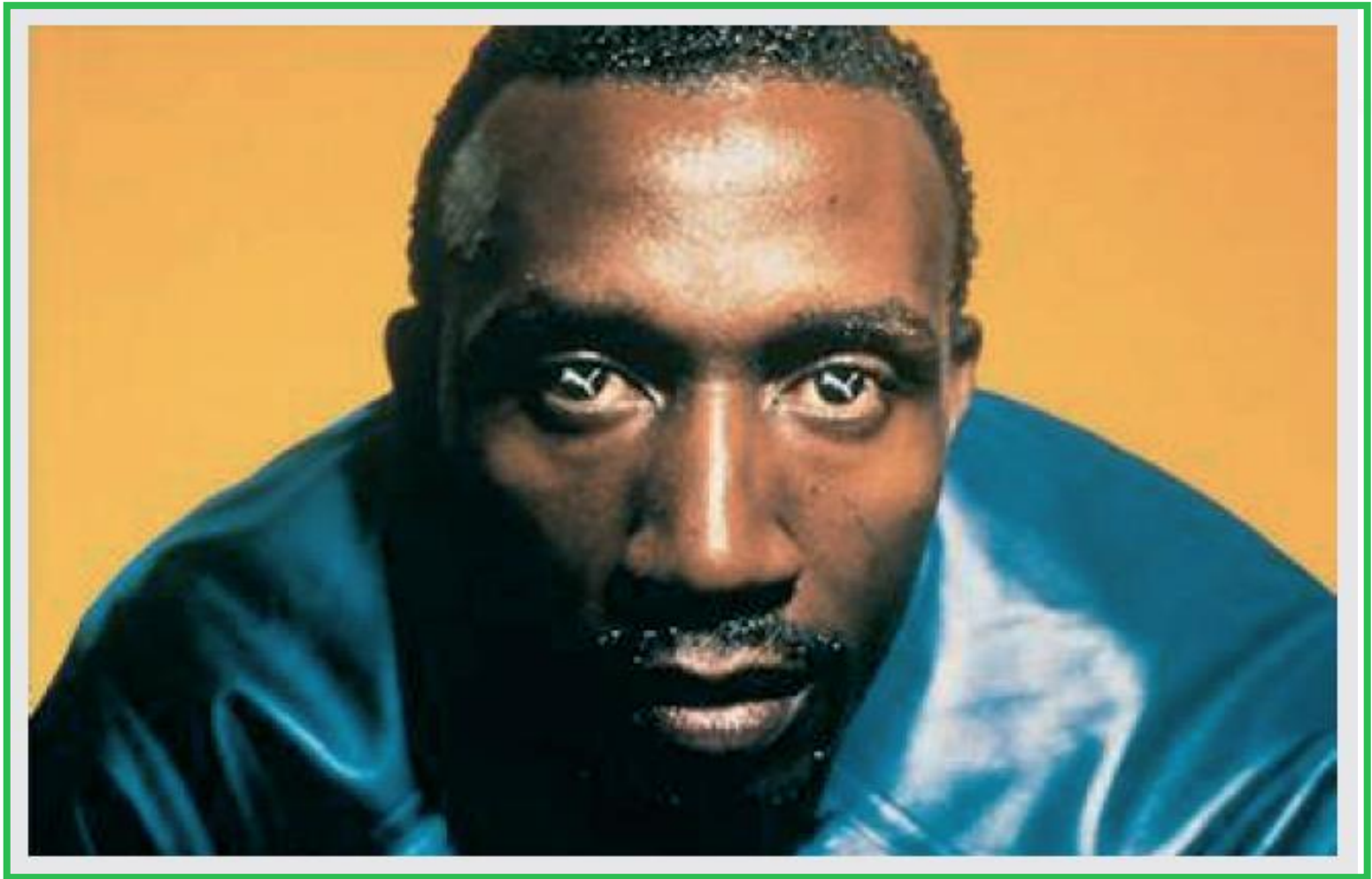


[https://www.youtube.com/watch?time\\_continue=1&v=dl7zsKslq9U](https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=dl7zsKslq9U)

# Ambush marketing

- Działanie podejmowane podczas dużych wydarzeń medialnych, zwłaszcza sportowych i muzycznych, ale także np. politycznych. Z ambush marketingiem mamy do czynienia wtedy, gdy jedna marka płaci za to, że jest oficjalnym sponsorem danego wydarzenia (co najczęściej wiąże się z wyłącznością reklamową), a druga marka próbuje zaistnieć podczas eventu bez ponoszenia kosztów sponsoringu.





Linford Christie

# Typy ambush

- Bezpośredni (drapieżny)
- Pośredni (poprzez skojarzenia, odwoływanie się do podobnych wartości, odwracanie uwagi)
- Nieintencjonalny

Początek: 1984 igrzyska olimpijskie - Kodak vs Fujifilm

Dziękuję za uwagę!