

3D-ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

Грабович І.В.

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

Новим трендом XXI століття у сфері цифрового маркетингу стали 3D-мультимедійні технології. 3D-проекції стають популярною формою ambient-реклами у всьому світі, оскільки її можливості виходять за звичні рамки традиційної реклами. 3D-технології пробралися не тільки у відеорекламу, вони внесли інноваційні зрушення й у всі інші види комунікацій з аудиторією. 3D-технології використовуються у виготовленні друкованої реклами і сувенірної продукції; оздобленні інтер'єрів фірм і виставкових стендів; оформленні POS-матеріалів (воблерів, денглерів, постерів, шелфтокерів тощо); використанні зовнішньої реклами (лайтбоксів, вивісок, рекламних щитів, штендерів, пілонів, реклами на транспорті тощо); також в упаковках, CD- та DVD-дисках, друкованих виданнях – обкладинки книжок, журналів тощо [1].

Світовий ринок 3D-проекції досяг 5,66 мільярдів доларів США у 2021 р. З огляду на майбутнє, IMARC Group очікує, що ринок досягне 14,67 млрд. дол. США до 2027 р., демонструючи загальний ріст 17,2% протягом 2022-2027 рр. [2]. Серед вдалих кейсів можна виділити проектування мультимедійного контенту на хмарочос Бурдж-Халіфа, оформлення вітрин шоуруму Rolls-Royce у Дубаї, створення медіа-фасаду на одному із супермаркетів «Сільпо» [3]. У Києві на честь Дня народження торговельного центру Gulliver 29 вересня 2021 р. на мультимедійних екранах вперше в Україні представлено найбільшу 3D інсталяцію в Європі, присвячену темі космосу [4].

В Україні використання 3D-мультимедійних технологій у рекламній діяльності ще не набуло великої популярності, що зумовлено високою вартістю розроблення такого проєкту, відсутністю кваліфікованих спеціалістів, складністю створення якісного та креативного контенту тощо. Проте, вважаємо такий вид реклами одним з найперспективнішим в умовах цифровізації бізнес-процесів та всіх сфер суспільного життя. Вітчизняним компаніям доцільно застосовувати успішні практики іноземних компаній та скористатись перевагами 3D-реклами, яка у незвичний спосіб допоможе привернути увагу потенційного покупця до товару.

Література:

1. Пугачова О.С., Ковальчук С.В. Використання інноваційного підходу в 3D-рекламі. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 4(2). С. 118-123.
2. 3D Mapping and Modeling Market: Global Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity and Forecast 2022-2027. URL: <https://www.imarcgroup.com/3d-mapping-modeling-market>.
3. Максимов В. 3D-шоу, как новая тенденция в маркетинге: три успешных кейса. URL: <https://anthology.com.ua/lifestyle/5721-3d-shou-kak-novaja-tendenciya-v-marketinge-tri-uspeshnyh-kejsa>.
4. У Києві з'явилася найбільша 3D інсталяція в Європі! URL: <https://gullivercenter.com/trc-news/3d-video-2>.