

GIANLUCA VAGLIO

Fare business con la
“realtà aumentata” mobile
Come sfruttare un potente strumento marketing

© 2011 Gianluca Vaglio

www.gianlucavaglio.net

AVVERTENZE LEGALI

Copyright © 2011 Gianluca Vaglio.

*La presente opera è disponibile secondo la licenza Creative Commons
“Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 2.5 Italia”.*

*Il testo della licenza Creative Commons è consultabile al sito
<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/it/legalcode>.*



Copyright © 2011 Gianluca Vaglio.

This document is available under the terms of the Creative Commons license “Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 2.5 Italia”. A copy of the license is available at the site <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/it/legalcode>.



*Realizzata con OpenOffice.org.
Prima pubblicazione Milano - Italia, Marzo 2011*

SOMMARIO

<u>Avvertenze legali</u>	2
<u>Scopo del white paper</u>	4
<u>Cos'è la “realtà aumentata”?</u>	5
<u>Scenari di impiego della realtà aumentata</u>	6
<u>Compravendita di immobili</u>	6
<u>Organizzazione e promozione eventi</u>	6
<u>Trasporto</u>	6
<u>Telecomunicazioni</u>	6
<u>Pubblica Amministrazione</u>	7
<u>Turismo</u>	7
<u>Portali di informazioni locali</u>	7
<u>Conclusioni</u>	8

SCOPO DEL WHITE PAPER

Scopo del presente white paper è quello di dare, in maniera rapida e comprensibile anche ai non tecnici, utili indicazioni su come sfruttare la “realtà aumentata” su piattaforma mobile per far crescere il proprio business.

COS'È LA “REALTÀ AUMENTATA”?

La “realtà aumentata” (abbreviato AR dall'inglese *augmented reality*) consiste nella sovrapposizione di livelli aggiuntivi di informazione (elementi virtuali e multimediali, dati geolocalizzati, etc.) su un flusso video che riprende la realtà effettivamente vista dall'utente.

Nella realtà aumentata su piattaforma mobile gli elementi che “aumentano” l'esperienza dell'utente vengono visualizzati tramite un dispositivo mobile, come uno smartphone (es. iPhone, Android, BlackBerry, Symbian e Bada) o un tablet di ultima generazione (iPad, Android).

Sfruttando il GPS, ciò che viene visualizzato sono i Punti di Interesse (POI) che si trovano nelle immediate vicinanze dell'utente. Questi POI sono indicati tramite un'apposito marker, sovrapposto alla realtà osservata dall'utente. Al marker può essere collegato qualsiasi tipo di file multimediale compatibile con il dispositivo usato ed inoltre far sì che l'utente possa contattare il POI (ad esempio un hotel) tramite chiamata telefonica, SMS oppure email.

Per poter accedere ai “livelli” (detti anche *layers*) informativi in realtà aumentata tramite dispositivo mobile (dotato di GPS, bussola e fotocamera) bisogna installare un'applicazione gratuita chiamata “browser per la realtà aumentata” (o anche *world browser*). E' questo browser che carica i “livelli” contenenti i POI.

Le prime applicazioni in realtà aumentata risalgono al tardo 2009, quando sono stati commercializzati i primi smartphone dotati delle caratteristiche hardware compatibili con i world browser.

A quel tempo il numero di dispositivi capaci di supportare la realtà aumentata erano solo 10 milioni. Nel 2010 sono diventati 80 milioni e secondo le previsioni saliranno a 400 milioni nel 2012 e a 900 milioni nel 2013 (Fonte: Gartner, Macquarie).

SCENARI DI IMPIEGO DELLA REALTÀ AUMENTATA

Di seguito vengono presentati alcuni contesti in cui è possibile trarre vantaggio dall'impiego della realtà aumentata.

COMPRAVENDITA DI IMMOBILI

La realtà aumentata è un potente strumento marketing che ben si presta ad essere utilizzato nella ricerca di immobili.

In pratica un utente dotato di smartphone o tablet può trovare tutti gli immobili (in affitto/vendita o in costruzione) presenti in un raggio da lui indicato. Dopodichè potrà vedere una descrizione di base dell'immobile e quindi decidere se visualizzare la descrizione completa oppure contattare direttamente (tramite chiamata, SMS o email) il venditore.

Sempre più imprese del settore (dal franchising alla piccola agenzia) stanno già utilizzando la “realtà aumentata” per incrementare il loro business.

ORGANIZZAZIONE E PROMOZIONE EVENTI

Anche da parte di chi si occupa della organizzazione e della promozione di eventi la realtà aumentata può essere sfruttata con successo.

La società potrà offrire ai suoi clienti un servizio di promozione mobile che visualizzerà agli utenti, dotati dell'adeguato dispositivo mobile, quali sono gli eventi (da loro gestiti) che si svolgono nelle sue vicinanze. Tappando sul marker relativo all'evento si accederà ad informazioni aggiuntive su natura dell'evento, data, promozioni, prevendite, etc.

TRASPORTO

Prendiamo in considerazione una società di autolinee. Il layer mostrerà all'utente dove si trovano le fermate e le biglietterie più vicine alla sua posizione. Tappando su una fermata l'utente potrà visualizzare una pagina web, ottimizzata per i dispositivi mobili, che darà informazioni sul tempo di attesa e altre notizie utili (es. deviazioni di percorso, scioperi, etc.).

TELECOMUNICAZIONI

Gli operatori di telefonia mobile e fissa hanno distribuiti sul territorio dei punti vendita e centri di assistenza. Il layer dell'operatore mostra all'utente dove sono i punti vendita ed i centri di assistenza più vicini alla sua posizione. Tappando su uno di essi l'utente accederà

a informazioni su promozioni e altre notizie.

Con soluzioni di realtà aumentata più sofisticate sarà anche possibile, quando l'utente si troverà ad una certa distanza da un punto vendita, visualizzare in automatico un video promozionale sulle ultime offerte.

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Anche la Pubblica Amministrazione può trarre vantaggi dall'impiego della realtà aumentata.

Per esempio un comune può mostrare all'utente quali sono gli uffici oppure quali sono le farmacie di turno a lui più vicini. Tappando su uno di questi POI l'utente potrà poi accedere ad ulteriori informazioni quali ad esempio gli sportelli presenti, gli orari di apertura e altre notizie utili al cittadino.

TURISMO

Anche gli enti per il turismo e le pro loco possono sfruttare le potenzialità offerte dalla realtà aumentata per offrire servizi di promozione del territorio innovativi.

Il layer mostrerà all'utente eventuali parchi, attrattive, locali e strutture tipiche del territorio che sono a lui più vicini. Tappando su uno di questi POI l'utente potrà accedere ad ulteriori informazioni quali ad esempio orari di apertura al pubblico, promozioni, prezzi, eventi, etc.

PORTALI DI INFORMAZIONI LOCALI

Su internet esistono molti siti e blog che danno informazioni di interesse locale. Per esempio basti pensare a quei siti che indicano le aziende presenti in una determinata città, piuttosto che suggerire locali, ristoranti, alberghi o eventi della zona.

Grazie alla realtà aumentata questi siti/blog possono ampliare i canali attraverso i quali far pervenire le proprie informazioni agli utenti.

Il layer associato ad uno di questi siti/blog mostrerà i POI di interesse, magari dando anche modo di poterli filtrare per categoria, nelle immediate vicinanze dell'utente. Tappando poi su uno di questi POI l'utente potrà accedere ad una pagina web, ottimizzata per i dispositivi mobile, che visualizzerà ulteriori informazioni ad esso attinenti oppure lo potrà contattare direttamente tramite chiamata, SMS o email.

CONCLUSIONI

L'innovazione tecnologica rappresenta sempre più un elemento fondamentale nel determinare la capacità competitiva delle imprese.

Se impiegata nel modo giusto può risultare un potente strumento di comunicazione che consentirà di ampliare il proprio business e di fidelizzare ulteriori i Clienti già acquisiti.

Tra le tecnologie emergenti quella che si sta rivelando un concreto e potente strumento marketing è la realtà aumentata. Basti pensare che solo nel 2010 applicazioni e servizi basati sulla realtà aumentata hanno generato 1,5 milioni di dollari.

Nel 2009 i dispositivi in grado di supportare questa tecnologia erano solo 10 milioni e nel 2010 sono diventati 80 milioni. Secondo le previsioni saliranno a 400 milioni nel 2012 e a 900 milioni nel 2013 (Fonte: Gartner, Macquarie).

I settori in cui la realtà aumentata può essere impiegata con successo sono tanti ed in questo white paper ne sono stati presentati alcuni: compravendita di immobili, organizzazione e promozione eventi, trasporto, telecomunicazioni, Pubblica Amministrazione, turismo, portali di informazioni locali.

Ma, in sostanza, perchè investire su un'applicazione di realtà aumentata?

Per i seguenti benefici:

1. promuovere prodotti e marchi attraverso l'interazione fra l'utente ed il prodotto stesso
2. attirare l'attenzione su aziende e prodotti grazie a presentazioni di grande impatto
3. dare maggior impatto visivo ai prodotti/servizi offerti
4. rendere più "mnemonico" il messaggio che si vuole trasmettere
5. stupire lo spettatore e al contempo comunicare in modo completo con lui

In Italia le aziende hanno appena cominciato a sfruttare la realtà aumentata per far crescere il proprio business. E' fondamentale quindi muoversi d'anticipo rispetto ai propri concorrenti in modo da avere un ruolo attivo che permetta di farsi raggiungere da milioni di utenti mobili e acquisire così una posizione di netto vantaggio.