

Komerční banka přichází poprvé s inovativními 3D digitálními billboardy

19.4.2024 - | Komerční banka

3D anamorfnní DOOH reklama kombinuje techniky 3D a anamorfnní projekce, aby vytvořila dojem trojrozměrného plastického obrazu, prostřednictvím kterého komunikuje směrem ke kolemjdoucím ve veřejných prostranstvích. Tato technologie využívá promítání zkreslení obrazu tak, aby vypadal přirozeně pouze z určitého úhlu nebo perspektivy. Výsledkem je působivý až realisticky plastický efekt, který reaguje na pohyb diváků a perspektivu pozorování, čímž přitahuje pozornost a zanechává trvalý dojem.

Přesně toho využije také kampaň KB, která se bude odehrávat na dvou speciálních venkovních obrazovkách, které vytvářejí dojem hloubky a trojrozměrného efektu.

„Komerční banka neustále přichází s inovacemi. A to i v oblasti marketingové komunikace, například při využívání nových reklamních formátů,” říká Hana Kovářová, výkonná ředitelka pro Strategii značky a komunikaci skupiny Komerční banky a dodává: „Trojrozměrná digitální kampaň pro nás představuje zcela novou možnost oslovit naše klienty jedinečným způsobem a posunout hranice našich kampaní do zcela nové dimenze.”

„Podobně, jako jsme lídrem v nové éře bankovníctví, chceme být inovativní i v marketingových nástrojích, které ji komunikují. Proto jsme jako jedni z prvních v České republice přišli s 3D digitální billboardovou kampaní. Jinak nepřístupujeme jen k využití mediálních kanálů, ale i k plánování kampaní. Patříme například k prvním, kdo na českém trhu aplikují faktor pozornosti – tzv. attention planning. Při něm je zvolen mix mediálních kanálů a formátů. Ty zohledňují nejen čas, ale také visibilitu a aktivní nebo pasivní propojení spotřebitele se samotnou reklamou. To přispívá k vyšší zapamatovatelnosti značky nebo produktu.”

Lukáš Prokop, manažer Strategie značky v KB

Nadšení z hokeje a Nová éra KB jako ideální motiv pro 3D digitální kampaň

Reklama KB na 3D billboardech bude probíhat od 18. dubna do 4. května. Tématika nadšení z ledního hokeje, kdy KB je sponzorem českého národního hokejového týmu, je hlavním kreativním motivem celé kampaně zaměřené na podporu akvizice klientů na produkty Nové éry bankovníctví KB.

První digitální 3D billboardovou kampaň v ČR uvádí Komerční banka ve spolupráci s mediální agenturou Dentsu a kreativní agenturou VCCP. Martin Mlýnek, Investment Director Dentsu, říká: *„Nabízet klientům inovativní a pokročilé reklamní formáty je pro nás klíčové a Komerční banka je ideálním partnerem, který se nebojí být v čele průkopnických řešení.”*

Dvacetivteřinový spot na 3D obrazovce je vytvořen s využitím technologií Motion Capture a modelace Metahuman. Spot představuje hokejového útočníka v akci s pukem, na němž se objeví sdělení o bonusu 2000 Kč pro nové klienty. *„Je skvělé, že Komerční banka otevírá dveře k novým a*

netradičním projektům, které přesahují běžné reklamní kampaně. Baví nás vymýšlet kreativitu na míru konkrétnímu médiu a v tomto případě i dané technologii,” říká Marek Farkaš, Creative Director VCCP. Produkci spotu zajistilo studio PFX ve spolupráci s Bohemia Interactive.

Šárka Nevoralová

+420 734 236 325
sarka_nevoralova@kb.cz

Michal Teubner

+420 606 653 219
michal_teubner@kb.cz

Tomáš Zavoral

+420 731 493 296
tomas_zavoral@kb.cz

<https://www.kb.cz/cs/o-bance/tiskove-zpravy/komercni-banka-prichazi-poprve-s-inovativnimi-3d-digitalnimi-billboardy>