

뉴미디어 광고
증강현실 광고



넘쳐나는 수많은 형태의 광고 홍수 속에서 광고 메시지를 수용하는 소비자들이 거부감을 최소화하고 기존과는 다른 경험을 통해 광고 메시지를 긍정적으로 또한 적극적으로 수용하도록 하기 위해 광고는 다양한 방식으로 진화하고 있다. 이 중 주목할 만한 뉴미디어가 있다. 가상현실보다 더 실감나는 체험을 제공하고, 실질적인 정보를 전달하는 수단으로써 각광을 받고 있는 '증강현실 광고'에 대해 소개하고자 한다. 증강현실 광고는 증강현실 기술을 마케팅 수단으로 접목시킨 것으로써 아직은 생소할 수 있지만 현재 외국에서는 많은 기업들이 새로운 마케팅의 수단으로 많이 사용하고 있다. 실제로 미국의 시장 조사기관인 가트너 그룹에서는 미래를 이룰 10대 혁신 기술 중 하나로 증강현실 기술을 꼽을 정도로 주목받고 있는 상황이다. 우선 증강현실에 대해 간단히 짚고 넘어가도록 하자.

증강현실 기술

영어로 AR(Augmented Reality)이라 불리는 증강현실은 일종의 가상현실(Virtual Reality)의 응용분이라고 볼 수 있다. 현실 세계에 3차원의 가상물체가 나타나는 현상을 말하는 것으로 증강현실의 핵심적인 부분은 사용자에게 실제 현실 이미지를 기반으로 가상 정보를 담은 매체 즉 AR코드나 QR코드 같은 것을 일치시켜 실시간으로 전달해 주는 것이다. 증강현실을 대부분 스마트폰을 통해 정보를 제공하는 정도의 경험을 해본 경우가 있겠지만 실제로 증강현실은 의학, 교통, 교육분야에서 활발히 이용되고 있다고 한다. 이렇게 발전되어 온 증강현실이 마케팅과 접목되어 자연스럽게 늘어나고 있는 추세이다. 그럼 증강현실이 어떻게 광고에 사용되고 있는지 알아보도록 하자.

증강현실 광고

그림에서 보여지는 것처럼 잡지에 실린 광고 페이지를 웹 캠에 갖다대면 그 광고 페이지 위로 3D 형



잡지와 접목시킨 BMW MINI 증강현실 광고