

태의 사물 이미지가 나타난다. 이처럼 증강현실 광고는 웹 캠이나 카메라를 이용해서 실제 존재하는 현실에 가상의 사물이 실제 존재하는 것처럼 보여줌으로 하여 현실에서 제공 할 수 없는 정보까지 소비자에게 보여주는 인터랙티브 광고기법이다. 증강현실 광고의 최대 장점은 소비자들에게 색다른 브랜드 경험을 제공할 수 있다는 데 있다. 즉 소비자는 재미난 요소가 있는 체험을 통해 자연스럽게 브랜드를 접하게 되며 이는 광고적 요소들이 거부감 없이 전해지기 때문에 브랜드 경험이 소비자들에게 오래 동안 남아 있을 수 있게 된다.

### 증강현실 광고를 이용한 기업의 사례



아이디스신발에 부착된 AR코드를 통해 가상 이미지를 활용한 사격게임을 즐길 수 있다. freshnessmag.com

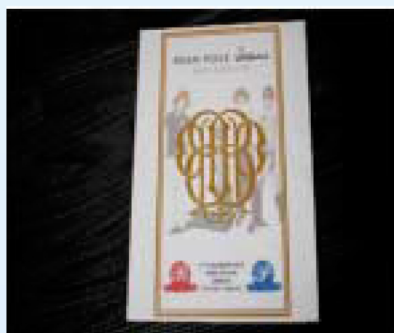
위에서 언급했듯이 외국에서는 수많은 기업들이 증강현실 광고를 통해 소비자에게 다가가고 있다. 우선 아이디스의 경우, 소비자가 신발을 구매한 후 신발에 있는 AR 코드를 컴퓨터에 있는 웹 캠에 비추면 가상 이미지가 화면에 나타나면서 신발을 총처럼 이용하여 사격게임을 할 수 있는 재미난 프로모션을 선보였다.

조립식 완구업체인 레고도 증강현실 기술을 이용하여 마케팅을 하였다. 매장에 설치된 디지털 박스라고 불리는 모니터에 레고 박스를 비추면 그 박스 위로 완성된 레고의 모습이 3D로 보여지게 되는 것이다. 실제로 이 기술을 도입한 후 매장내 레고의 매출이 급격히 늘어났다고 한다.

또한 의류, 화장품 업체는 고객 개개인의 특성에 적합한 상품을 구매하도록 가상으로 옷을 입어볼 수 있게 하거나 메이크업 구성을 제안하고 있다.



디지털 박스를 통해 비춰진 가상 이미지를 통해 레고의 완성품 모형을 보여준다.



빈폴진의 AR코드와 이를 통해 제공되는 3D모델들.

