

## СЕКЦІЯ № 4. «ВІРТУАЛІЗАЦІЯ ЗАСОБІВ МУЛЬТИМЕДІА»

### SECTION No. 4. "VIRTUALIZATION OF MULTIMEDIA RESOURCES"

**Голова секції:** Микола МЕЛЕШКО, к.т.н., доцент, професор кафедри комп'ютерних мультимедійних технологій ФМВ НАУ.

**Співголова:** Олександр РУГАЙН, к.т.н., доцент, доцент кафедри підтримання льотної придатності повітряних суден, Аерокосмічний факультет НАУ.

УДК 004.032.6:659.1+658.8(043.2)

#### МУЛЬТИМЕДІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У РЕКЛАМІ ТА МАРКЕТИНГУ

Лук'янчук А. О., здобувачка вищої освіти 4 курсу

Національний авіаційний університет, Київ

Науковий керівник — Мелешко М. А., к.т.н., доц., професор кафедри КММТ

**Анотація.** Швидкий розвиток мультимедійних технологій революціонував структуру реклами та маркетингу. Інтеграція мультимедійних елементів, зокрема тексту, зображень, аудіо та відео, а також, інтерактивної реклами, доповненої реальності та віртуальної реальності, змінила спосіб взаємодії компанії із споживачами. Наразі у цифровому середовищі розуміння та використання мультимедійних технологій є обов'язковим для успішного маркетингу та реклами. Дана стаття досліджує вплив мультимедійних технологій на поведінку споживачів, аналізуючи маркетингові стратегії, та підкреслює силу персоналізованого мультимедійного контенту.

**Ключові слова:** мультимедійні технології, реклама, маркетинг, вплив на споживачів, інтерактивні елементи, відео, аудіо, віртуальна реальність, доповнена реальність.

Мультимедійні технології стали невід'ємною частиною реклами. Вони надають рекламодавцям потужний інструмент для привернення уваги аудиторії та ефективного просування продуктів та послуг. Мультимедійні технології охоплюють широкий спектр засобів, включаючи відео, аудіо, графіку, анімацію, віртуальну реальність та інтерактивні елементи.

Одним із найбільш популярних способів використання мультимедійних технологій у рекламі є відеореклама. Відеореклама — це потужний засіб привернення уваги та передачі інформації. Вона стала потужним інструментом для багатьох платформ, оскільки дозволяє передавати інформацію про продукт або послугу більш наочно. Рекламні ролики на платформах, таких як *YouTube*, відеореклама в соціальних мережах, відеоблоги, відеоподкасти, відео для *email*-маркетингу стають все більш популярними. Креативні відеоролики можуть підтримувати брендування, розповідати історії чи продемонструвати продукти у динамічній та привабливій формі. Багато компаній, особливо ті, які оперують у сфері споживчих товарів, технологій та розваг, використовують відеорекламу, як інструмент для встановлення зв'язку з аудиторією та збільшення впізнаваності

бренду, та інвестують у створення креативних відеороликів. До таких компаній можна віднести: *Apple, Google, Nike, Adidas, Coca-Cola, Amazon, Samsung, Disney, Red Bull, BMW* тощо [1].

Однак, мультимедійні технології включають не тільки відео. Аудіореклама, наприклад, може бути поширена через радіо, подкасти або музичні потокові сервіси. Звукова реклама та мультимедійні ролики з музичним супроводом можуть емоційно впливати на аудиторію. Мелодії та звукові ефекти можуть створювати впізнаваність та асоціюватися з брендом. Так, *Spotify* пропонує рекламні паузи між треками, що дає брендам доступ до величезної аудиторії.

Анімаційні елементи та графіка використовуються для створення візуально привабливих рекламних матеріалів. Вони можуть покращити сприйняття бренду та продукту, роблячи інформацію більш доступною та незабутньою. Анімація також може доповнити ілюстрації та зробити повідомлення наочнішим. Наприклад, *Dropbox* створив відео, яке використовує анімацію, щоб пояснити, як працює їхній продукт. Це робить складну інформацію більш доступною та зрозумілою для споживачів.

Поява мультимедійних технологій започаткувала нову еру реклами та маркетингу з наголосом на візуальному та інтерактивному контенті. Технології доповненої реальності (AR) і віртуальної реальності (VR) стрімко розвиваються, забезпечуючи захоплюючий досвід, який стирає межу між цифровим та фізичним світами. VR та AR технології надають унікальні можливості для створення інтерактивних рекламних кампаній. Віртуальна реальність та інтерактивні програми дозволяють потенційним клієнтам взаємодіяти з продуктом або послугою до покупки. За допомогою VR можна запропонувати споживачам віртуальне занурення у світ бренду. Компанії все частіше використовують AR і VR, щоб демонструвати продукти та залучати клієнтів, забезпечуючи інновації в маркетингу [2].

Сьогодні існує багато прикладів використання технологій віртуальної (VR), доповненої (AR) та змішаної реальності (MR) в рекламі. Головна різниця між ними полягає в тому, що VR створює абсолютно новий, штучний світ, тоді як AR вносить нереальні фрагменти у реальний світ. Наприклад, *Oculus Rift* представляє VR, в той час як *Pokemon Go* є прикладом AR. Навіть *Coca-Cola* використала ці технології, дозволяючи жителям Польщі відчути себе «за кермом» оленячої упряжки за допомогою *Oculus Rift* у 2015 році. У 2014 році *Volvo* представив проект *Volvo Reality*, який використовував технології VR для тест-драйву автомобіля *XC90 SUV*. *Merrell* пропонувала клієнтам віртуальні подорожі в гори для підтримки нової лінійки похідного взуття, а *Marriott* надавала молодтям можливість «телепортуватися» на Гаваї або в Лондон. *Pullman* використовував VR для перенесення відвідувачів паризького аеропорту в номер свого готелю. Крім VR, реклама використовує AR, як показав *Timberland* у Польщі, де покупці могли використовувати віртуальну примірку одягу. Microsoft розробив окуляри *HoloLens*, які комбінують риси AR та VR.

*HoloTour* дає можливість подорожувати за допомогою *MR*, а *HoloStudio* — створювати проекти з голограмами [3].

Однією з головних переваг мультимедійних технологій у рекламі є їхня здатність захоплювати увагу. У світі, насиченому інформацією, рекламодавцям важко виділитися. Мультимедійні елементи дозволяють створювати яскраві та емоційні враження, що робить рекламу привабливішою для аудиторії. Крім того, мультимедійні формати забезпечують глибший вплив на глядачів та слухачів.

Тим не менш, можливе виникнення труднощів під час використання мультимедійних технологій у рекламі. Одним із недоліків може бути навантаження інформацією. Надлишок рекламних повідомлень та вражень може викликати в аудиторії втому та негативне ставлення до реклами. Тому важливо створювати якісний та релевантний контент, який справді зацікавить споживачів.

На закінчення, мультимедійні технології відіграють важливу роль у рекламі, надаючи рекламодавцям потужний інструмент для привернення уваги аудиторії та ефективного просування продуктів та послуг. Вони дозволяють створювати наочний та емоційний контент, точно націлювати аудиторію та досягати максимальної конверсії. Тим не менш, успішне використання мультимедійних технологій вимагає уваги до якості контенту та дотримання правил конфіденційності даних.

**Висновок.** Вплив мультимедійних технологій на рекламу та маркетинг незаперечний. Захоплюючий візуальний і звуковий досвід, який забезпечує мультимедійний вміст, захоплює споживачів на більш глибокому рівні. Персоналізація та націлювання гарантують, що реклама є релевантною та відповідає індивідуальним уподобанням. Соціальні медіа, впливовий маркетинг, доповнена реальність і віртуальна реальність відіграють важливу роль у досягненні та залученні споживачів. Крім того, здатність сприяти взаємодії з клієнтами та вимірювати ефективність кампанії призвела до більш ефективних маркетингових стратегій. У сучасному цифровому середовищі, що швидко розвивається, мультимедійні технології є не просто інструментами, а рушійною силою успішних рекламних і маркетингових кампаній. Маркетологи, які використовують весь потенціал цих технологій, мають кращі можливості для зв'язку зі своєю аудиторією, підвищення лояльності до бренду та досягнення своїх бізнес-цілей.

### СПИСОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Lynn, G. S., Maltz, A. C., Jurkat, P. M., & Hammer, M. D. (1999). New media in marketing redefine competitive advantage: a comparison of small and large firms. *Journal of Services Marketing*, 13(1), 9-20.
2. Lester, Deborah A. Social media: Changing advertising education. [Електронний ресурс] / Lester, Deborah A. 2012. Режим доступу до ресурсу: <https://digitalcommons.kennesaw.edu/facpubs/1943/>.
3. Віртуальна реальність в маркетингу [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <http://slaidik.com.ua/virtualna-realnist-v-marketingu-prikladi-20-kompanij/>.

## MULTIMEDIA TECHNOLOGIES IN ADVERTISING AND MARKETING

**Lukianchuk A.O.**, student of 4th year higher education

*National Aviation University, Kyiv*

**Abstract.** *The rapid development of multimedia technologies has revolutionized the structure of advertising and marketing. The integration of multimedia elements, including text, images, audio and video, as well as interactive advertising, augmented reality and virtual reality, has changed the way companies interact with consumers. In today's digital environment, understanding and using multimedia technologies is imperative for successful marketing and advertising. This article examines the impact of multimedia technologies on consumer behavior, analyzes marketing strategies, and highlights the power of personalized multimedia content.*

**Keywords:** *multimedia technologies, advertising, marketing, impact on consumers, interactive elements, video, audio, virtual reality, augmented reality.*