

## 혁신적인 DOOH 사이니지 설치 베스트 5

DOOH(digital out-of-home) 산업은 급속도로 성장하고 발전하고 있습니다. 다이나믹 콘텐츠(동적 콘텐츠)와 하이퍼 타겟팅이 “새로운 기준”이 되면서 디지털 사이니지 디스플레이는 사람들의 관심을 사로잡기 위해 점점 더 혁신적인 방법을 찾아야 합니다. 기술 개발과 새로운 창조적인 접근 방식은 DOOH의 미래를 이끄는 선도적인 역할을 합니다.

우리는 지난 몇 년간 DOOH 사례 연구를 중 가장 좋은 다섯 가지 사례를 선별하였습니다. DOOH의 이용 사례는 오늘날 드문 일일 수 있지만, 그들은 미래에 “새로운 기준”이 될 수 있습니다.

### 판타 젤리 피츠의 증강 현실 게임

증강 현실은 새롭고 흥미로운 DOOH 접근법을 제공할 수 있는 많은 잠재력을 가지고 있습니다.

여기에는 판타 젤리 피츠 음료와 관련된 흥미로운 예가 있습니다. 구매자에게 자신의 신체 움직임을 사용하여 인터랙티브 게임(체감형 게임)을 해보도록 권하였습니다. 카메라로 사용자를 포착하여 화면에 그림을 그렸습니다. 플레이어는 화면에서 본 판타 캔을 쳐서 점수를 얻기 위해 움직였습니다.

이 게임은 활동적이고 매력적이며 기억에 남는 광고 환경을 조성했습니다. 그러나 증강 현실이 늘 게임으로 만들어질 필요는 없습니다. 예를 들어, Addendo는 사람들이 르로이 메를랭의 특성을 탐색하는 데 도움이 되는 기술을 사용했습니다. 실험적이든 실용적이든 증강현실과 DOOH는 함께 흥미로운 캠페인을 제작할 수 있습니다.

### 제너럴 모터스의 반응형 인식

얼굴 인식은 DOOH 디스플레이를 보고 있는 사람들을 프로파일링하는 방법으로 자주 사용됩니다. 제너럴 모터스의 예는 기술이 어떻게 창의적으로 사용될 수 있는지를 보여줍니다.

포스터스코프 USA는 제너럴 모터스와 협력하여 세계 최초로 반응형 인식 캠페인을 만들었습니다. 스크린에는 시청자의 성별, 나이, 얼굴, 그들이 누구와 함께하는지 그리고 참여 정도를 기반으로 미리 촬영된 30개의 비디오 중 하나가 나타났습니다. 대상에게 명확한 답을 제공함으로써 콘텐츠가 개인에게 특화된 것처럼 보이도록 만들었습니다.

기존의 많은 DOOH 캠페인들은 시청자와 관련된 콘텐츠를 디스플레이하기 위해 얼굴 감지 기능을 사용했지만, 이것이 이런 방식으로 사용된 것은 처음이었습니다.

### 랑콤에서 자신의 얼굴에 맞는 색조를 찾아보세요

터치 스크린은 정보 키오스크, 퀵서비스레스토랑을 이용한 음식 주문이나 길찾기에 자주 사용되지만, 이러한 상호작용은 DOOH 광고에는 거의 사용되지 않고 있습니다.

Pixel Inspiration는 랑콤이 사용 방법 비디오, 이벤트 시간 및 기초 색조에 대한 조언이 담긴 인터랙티브 디스플레이를 가진 메이크업 카운터를 홍보할 수 있도록 비슷한 기술을 사용했습니다. 디스플레이는 검색하고 볼 수 있는 유용한 정보를 제공했으며, 이를 소매점의 명확한 행동 지침과 연결시켰습니다. 피부색에 맞게 색조를 매칭한 후 매장 내 메이크업 아티스트에게 이야기하고 자신에게 맞는 추천 상품의 무료 샘플을 가져오도록 사용자에게 권했습니다.

DOOH의 새로운 가능성을 열어준 터치 스크린 기술은 디스플레이어에 조만간 널리 보급될 가능성이 있습니다.

## 주문을 받기 위해 라이브 스트리밍 패널을 사용한 라 플레이스

라이브 스트리밍으로 인해 온라인으로 비디오를 보는 방식이 바뀌었습니다. 여기서 우리가 보는 바와 같이 라이브 스트리밍 또한 DOOH에 영향을 줍니다.

옥외광고 전문기업인 제이씨데코는 셰프 쿠킹 피자를 선보였던, 네덜란드의 라 플레이스를 위해 인터랙티브 패널을 만들었습니다. 고객들은 비디오 링크를 보면서 자신이 가장 좋아하는 재료를 알려주고, 요리는 음식을 준비하면서 그 화면을 봅니다. 오븐에 주문한 피자가 보이면 고객은 현실에서 요리사를 만나서 자신이 주문한 피자를 받기 위해 50m를 걸어갑니다.

라이브 스트리밍은 이전에 불가능했던 위치에서 제품 시연과 휴먼 인터랙션의 기회를 제공합니다.

## 딥 스포링에 색칠하기

터치 스크린을 사용한 흥미로운 또 다른 예는 코카콜라 아마틸의 브랜드 딥 스포링입니다. 제이씨데코, 앤서블, UM, Saatchi & Saatchi NZ는 세계 최초 야외 디지털 색칠 공부 책을 만들기 위해 협력했습니다.

행인들에게 표시된 윤곽선을 색칠하여 소통할 수 있도록 권합니다. 스크린은 사용자의 터치로 반응합니다. 사용자는 이미지에 생명을 불려 넣을 수 있는 색으로 스크린을 채웁니다.

터치스크린은 DOOH를 실용적으로 만들 수 있지만, 소비자들을 창의적인 과정에 참여시키기 위해 사용될 수도 있습니다.

우리가 생각하지 못했던 놀라운 위치에서 활용하는 것뿐만 아니라 신기술까지 개발하는 등 DOOH는 계속해서 놀라움을 선사하고 발전해갑니다. 이제 DOOH를 활용할 수 있는 더욱 독특하고 특별한 방법이 생겨날 것입니다.

혁신적인 DOOH에 대한 자세한 정보를 알아보려면 [2018 파이프 머스트 워치 DOOH 토크](#) 목록을 확인하세요.