



Vous prenez ensuite un autre produit et vous avez alors une nouvelle vidéo qui s'affiche.

L'expérience est visuelle, très attractive et le produit est au coeur de l'interaction digitale.

Nous pouvons créer de nombreuses interactions : avec de l'affichage vidéo, des éclairages, du son... On peut même imaginer projeter des images sur les produits en mapping vidéo par exemple.

Nous programmons toutes les interactions selon le cahier des charges que nous imaginons ensemble. Ensuite, le scénario peut évoluer, les produits et contenus peuvent être changés et mis à jour très facilement, sans nécessairement qu'une mise à jour de programmation ne soit nécessaire.

C'est une solution phygitale (mélangeant le digital et les produits physiques) vraiment efficace, tout en restant sur des budgets contenus.

Les puces ou Tags RFID permettent de créer de nouvelles installations interactives.

On voit un nombre grandissant de dispositifs en boutique, salons ou expositions permettant de diffuser du contenu et de le rendre interactif, comme les écrans tactiles, kiosks digitaux ou vidéo-projections. Ces dispositifs restent néanmoins exclusivement digitaux.

Les puces RFID (et autres solutions de détections assimilées) permettent de créer des interactions directes avec les produits et donc de les replacer au centre de la communication.

Imaginez un espace où vous pouvez choisir un produit, le placer sur un socle devant vous pour voir apparaître une vidéo vous donnant toutes les informations sur ce produit.

SCHEMA DE PRINCIPE DE FONCTIONNEMENT

