

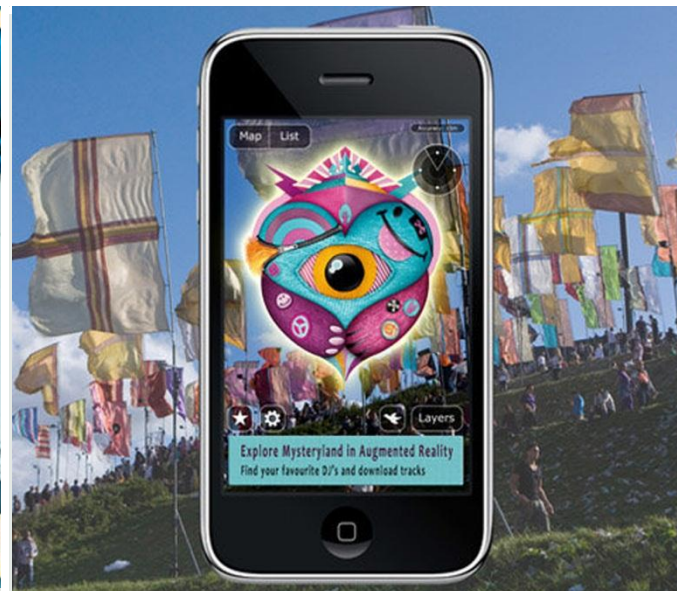
EXECUTIVE TRENDONE TRENDREPORT

11

2010



“Booty Reader” подбирает джинсы по фигуре и интересам



Расширяя фестивальную реальность



Like Machine связывает реальность с виртуальным миром

СОДЕРЖАНИЕ

05 | BEST PRACTICE

ONLINE

- 11 | ONLINE MARKETING
- 16 | WEB 2.0
- 21 | WEB INNOVATIONS

MOBILE

- 27 | MOBILE MARKETING
- 32 | MOBILE SERVICES
- 37 | MOBILE CONTENT

OUTDOOR & PROMOTION

- 43 | OUT OF HOME
- 48 | SENSATION MARKETING
- 53 | PROMOTION

NEW VENTURE

- 59 | BUSINESS MODELS
- 64 | MEDIA & PUBLISHING

TECHNOLOGY

- 70 | EMERGING TECHNOLOGIES
- 75 | RESEARCH & DEVELOPMENT
- 80 | COMMUNICATION TECHNOLOGIES
- 85 | CONSUMER ENTERTAINMENT

LIFESTYLE

- 91 | DIGITAL LIFE
- 96 | MODERN LIFE
- 101 | BEAUTY & HEALTH
- 106 | EVENTS



INDEX

BEST PRACTICE

ONLINE

MOBILE

OUTDOOR & PROMOTION

NEW VENTURE

TECHNOLOGY

LIFESTYLE

BEST PRACTICE

05 | BEST PRACTICE

Американские гонки с чувством полного присутствия

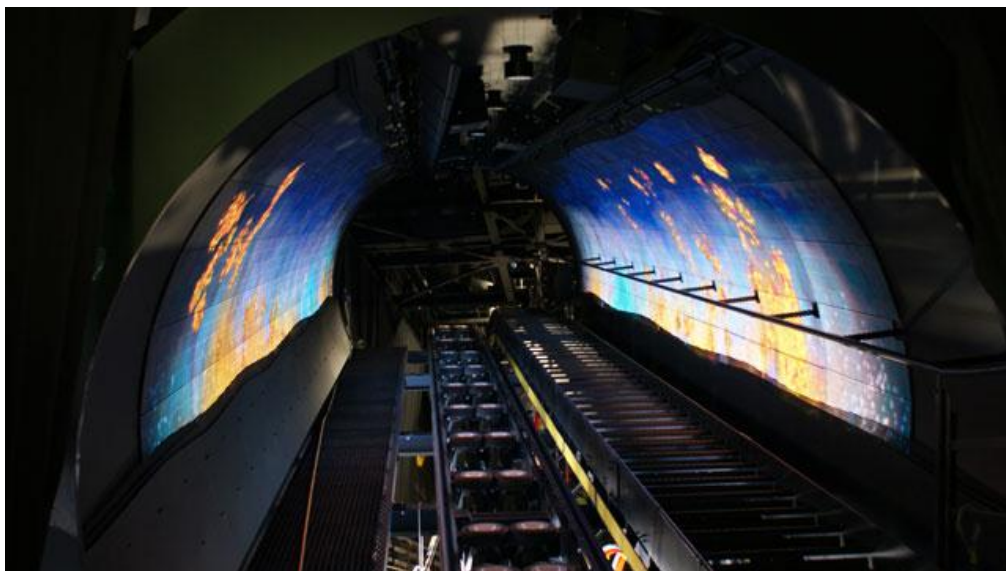
Like Machine связывает реальность с виртуальным миром

Играя помогать

Booty Reader" подбирает джинсы по фигуре и интересам

Покупать рыбу через Twitter

Американские гонки с чувством полного присутствия



Американская компания GestureTek, которая специализируется на решениях, основанных на технологии, отслеживающей жестикуляцию, разработала 3D сферу для аттракциона Space Fantasy - The Ride в Японской Universal Studios.

Технология позволяет посетителям активно общаться с виртуальными объектами и влиять на развитие истории и картинок, которые демонстрируются во время аттракциона. Для этого специально разработанные 3D камеры считывают движения посетителей, и на их основе меняются сюжеты на изображениях

SOURCE: <http://www.gesturetek.com>
<http://www.youtube.com/watch?v=Zp5Cx6ft-nU>

INITIATOR: GestureTek, Inc., Japan

Like Machine связывает реальность с виртуальным миром



Если вы еще не видели этого кейса на Hot-Digital, то обязательно прочитайте!

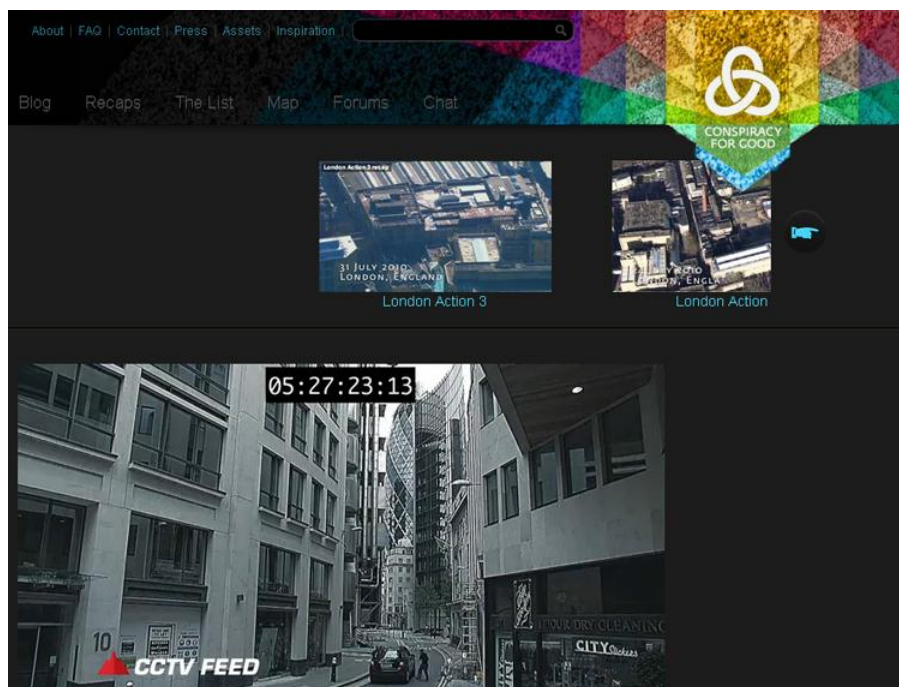
Благодаря агентствам Promarket и e-dologic на ежегодном мероприятии Coca-Cola Village появились "Like Machines" – оффлайн «автоматы», которые позволяют поставить "Like" на Facebook с помощью специальных браслетов, которые передают RFID сигнал считывающему устройству. Если посетителям нравится что-то, что происходит на фестивале, они просто прикладывают свой браслет, который содержит идентифицирующую их информацию, к "Like Machine". Обновление автоматически появляется на их стене на Facebook и сообщает друзьям о том, как хорош бассейн или еда или даже массаж на Coca-Cola Village

Как это было (видео)

SOURCE: http://www.youtube.com/watch?v=VfiSUhTfHLo&feature=player_embedded

INITIATOR: The Coca-Cola Company, Israel

Играя помогать



Nokia совместно с Tim Kring, создателем американского сериала «Герои», запускает игру альтернативной реальности «Conspiracy for Good», участники которой стараются сделать мир лучше. Реальные и онлайн-задания должны подтолкнуть игроков к тому, чтобы сделать что-то социально полезное.

Они становятся частью истории о несуществующей компании "Blackwall Briggs" и в течение игры находят подсказки и советы, которые могут использовать, чтобы как-то повлиять на ситуацию с образованием и, в целом, жизнью в школе Chataika в Замбии

SOURCE: <http://conspiracyforgood.com>

INITIATOR: Nokia AG, Finland

“Booty Reader” подбирает джинсы по фигуре и интересам



CP+V разработало инновационное приложение для бренда Old Navy – “Booty Reader”. Приложение обещает, что подберет всем идеальные джинсы. Для этого нужно поговорить с гадалкой, рассказать ей о своих интересах, а потом сделать примерку с помощью видео камеры или загрузив свои фотографии

SOURCE: <http://www.bootyreader.com>

INITIATOR: Old Navy Apparel Inc. , USA

Покупать рыбу через Twitter



Любители морепродуктов из Японии теперь могут наслаждаться свежими ингредиентами, заказывая их с рынка Tsukiji по Twitter. Это стало возможно благодаря исследовательской компании Do House, которая внедрила программу онлайн-продаж в партнерстве с оптовым поставщиком тунца Suzuyo.

Покупатели могут в режиме реального времени наблюдать за аукционом, твитить свои ставки и оплачивать лот кредитной картой. Покупки доставляются в любую область Японии. Даты аукциона, которые колеблются в зависимости от погоды, также объявляются на Twitter.

(Посмотреть на рынок можно здесь)

SOURCE: <http://twitter.com/#!/tsukiji>

INITIATOR: Do House, Inc., Japan

CONTACT



TREND ONE GMBH
HAMBURG / GERMANY

KLOPSTOCKSTRASSE 27
22765 HAMBURG

TEL +49 (0)40 – 238038 – 33
FAX +49 (0)40 – 238038 – 36

INFO@TRENDONE.DE
WWW.TRENDONE.DE



TREND ONE GMBH
BERLIN / GERMANY

BRUNNENSTRASSE 37
10115 BERLIN

TEL +49 (0)30 – 509148 – 56
FAX +49 (0)30 – 509148 – 60

INFO@TRENDONE.DE
WWW.TRENDONE.DE

WWW.TRENDONE.DE
WWW.TRENDEXPLORER.COM
BLOG.TRENDONE.DE

DISCLAIMER 2010 COPYRIGHT ALL RIGHTS RESERVED. THE DOCUMENTED TRENDS IN THIS PRESENTATION AND TRENDS THESE ARE INTELLECTUAL PROPERTY OF TRENDONE GMBH AND ARE SUBJECT TO THE APPLICABLE COPYRIGHT LAWS. THE PICTURES ARE USED ONLY FOR RESEARCH AND ILLUSTRATION PURPOSES. THEY ARE NOT FREE FOR PUBLICATION.