



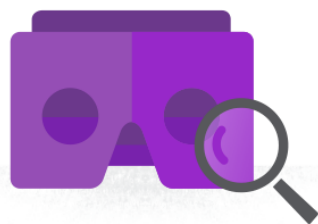
Realidade Virtual: 4 dicas para superar obstáculos e atrair a audiência

Written by
Alexis Cox

Publicado
Março de 2017

Muitos dizem que a realidade virtual é a próxima fronteira da propaganda, do marketing e do entretenimento, mas a maioria das pessoas nunca teve contato com essa experiência. Como as marcas podem aproveitar essa oportunidade e levá-la para um público maior?

As buscas no Google mostram que o interesse em realidade virtual cresceu quase 4x durante o último ano.¹ No entanto, apesar da curiosidade, a maioria das pessoas nunca teve oportunidade de experimentar essa tecnologia. Para mais gente embarcar nessa, só falta um empurrãozinho.



O interesse global nas buscas sobre realidade virtual **cresceu quase 4X durante o último ano.**

Uma equipe do Google chamada Art, Copy & Code ajudou MatPat, um Youtuber especializado em games, a encantar sua audiência e divulgar seu novo programa. Eles criaram experiências imersivas em 360° que, quando assistidas com o [Google CardBoard](#), permitiam que as pessoas se sentissem dentro dos jogos, duelando montados em avestruzes, jogando futebol com carros ou desativando bombas.

Agora, imagine usar essa tecnologia para criar experiências em realidade virtual com seus produtos ou sua marca. Confira quatro dicas de Alexis Cox, Líder de Inovação do Art, Copy & Code Team do Google, para os profissionais de marketing que querem embarcar nessa.

#1: Teste vários pontos de acesso

Para criar experiências interessantes até para quem nunca ouviu falar em realidade virtual, a equipe imaginou diversas formas de interagir com o conteúdo, trazendo instruções e opções claras em cada estágio e para cada aparelho.

Criamos um trailer 360° para a série e rodamos em TrueView no YouTube. Do trailer, o público era direcionado para a experiência imersiva na qual podia escolher entre um vídeo ou uma imagem em 360°, em qualquer aparelho.²

Os fãs podiam explorar ambientes e paisagens em 360° navegando com o mouse no desktop, movendo o celular ou o tablet ou usando um smartphone com o Google CardBoard.

3 formas de curtir o conteúdo em 360°



CardBoard/Óculos VR

Coloque seu celular dentro do Cardboard para uma experiência de realidade virtual totalmente imersiva



Celular via "Janela Mágica"

Mova o aparelho para te uma visão 360° do vídeo



Desktop

Use o mouse para explorar cara cena do vídeo.

#2: Guie as pessoas pela experiência

É essencial dar instruções claras a todo momento: no texto do site, dentro do próprio conteúdo ou até mesmo na locução do vídeo. Encare isso como uma visita guiada que serve para envolver os novos usuários em vez de afastá-los.

No trailer 360° que criamos, MatPat aparecia falando diretamente com o público e conduzindo as pessoas pela experiência.

"Se você estiver no desktop, pegue o mouse e passeie com ele pela tela," explica antes de ensinar como acessar a experiência pelo celular ou pelo Google CardBoard.

"As pessoas ficaram, em média, mais de dois minutos no celular interagindo com algumas das cenas," comemorou MatPat. "Isso foi incrível. E mostra que eles não estavam apenas dando uma espiada no ambiente, eles estavam realmente explorando um mundo."

#3: Crie experiências simples

Estamos cada vez mais ligados no smartphone. Mais de 60% da audiência do YouTube vem do mobile,³ e nós sabemos que o tempo que as pessoas passam assistindo a vídeos no celular vem crescendo a cada ano.

Para criar um jeito fácil de participar após assistir ao trailer, nós usamos imagens imersivas em 360° com a voz de MatPat guiando o público cena a cena. Tudo o que eles tinham que fazer era mover o celular para simular a sensação de estar olhando ao redor em uma sala ou explorando uma paisagem. Havia coisas novas para ver em todo lugar, mesmo no céu e no chão. Esse tipo de visualização também é conhecido como "janela mágica".



Os usuários passaram o mesmo tempo navegando nas imagens 360° que nos vídeos do episódio teaser. Isso mostra que, além de ser um jeito legal de apresentar as experiências imersivas ao público, as fotos 360° também são um formato supereficiente.

#4: Não deixe o desktop de fora

Sim, a gente está caminhando para o futuro onde o CardBoard – e, em breve, o [Daydream](#) – permite que você acesse um outro mundo com seu celular; mas é importante não esquecer do bom e velho desktop. A maioria das pessoas que entrou no site do GameLab interagiu com o conteúdo 360° que a gente criou pelo computador e pôde ter um gostinho de como a experiência em realidade virtual pode ser.

“Quando eu percebi que podia controlar o movimento da tela, meu queixo caiu,” comentou um usuário no site.

Trazer uma nova experiência para uma plataforma mais tradicional como o desktop, ajudará você a manter o engajamento do público com seu conteúdo.

Conclusão

As melhores campanhas oferecem experiências simples e envolventes que sejam fáceis de acessar e curtir em várias plataformas. A realidade virtual tem o potencial de levar o público a um outro mundo e fazê-lo interagir com uma marca ou conceito de um jeito completamente novo. Mas, como toda nova tecnologia, ela ainda tem seus desafios.

Os profissionais de marketing que quiserem embarcar na onda da realidade virtual devem criar experiências interessantes tanto para quem já está por dentro da última tecnologia quanto para quem nunca ouviu falar dela. Colocando a experiência do usuário em primeiro lugar, é possível superar os obstáculos e encantar todas as audiências.

Fonte

1. Google Data, Global, May 2016.
2. O termo realidade virtual muitas vezes também se refere à experiências em 3-d 360° ou 360° estereoscópico
3. YouTube Internal Data, Global, July 2016.



Alexis Cox
Art, Copy & Code Team Innovation Lead at Google