

Home / Digital / Créer de l'émotion grâce au digital: l'exemple de Coca-cola

Créer de l'émotion grâce au digital: l'exemple de Coca-cola

Posted on 23 novembre 2013 by La revue du digital in Digital, Vidéos with 0 Comments



Ce texte a été lu 2354 fois!

Comment créer de l'inspiration et de l'émotion en accord avec l'image d'une marque ? C'est ce qu'a réussi Coca Cola selon l'agence digitale Fullsix. L'agence avec l'association des professionnels du luxe a établi un baromètre des meilleures campagnes digitales, dans le secteur du luxe et des marques Premium.

Communiquer via des écrans 3D

Dans le film réalisé, des Indiens et des Pakistanais sont amenés à communiquer au travers d'écrans tactiles 3D connectés entre les deux pays. Les deux nations entretiennent des relations difficiles depuis leur séparation lors de l'indépendance de l'Inde en 1947. Le dispositif monté par Coca Cola a pour ambition de montrer que les deux peuples sont en fait semblables.

« La technologie n'est pas la plus bluffante, mais elle est mise au service d'une cause inspirationale » estime Jocelyn Jarnier, directeur général de Lux By Fullsix, l'agence publicitaire de Fullsix. Il a présenté ce film à un public de décideurs digitaux de grandes marques le 21 Novembre dernier. « Coca Cola a défini et pris son territoire : Happiness » rappelle-t-il, « comme Redbull a choisi le sien : l'extrême et l'adrénaline. Et dans les films de Redbull l'on voit des gens faire des plongeon de 40 mètres. »

Réaliser une tâche commune à distance

Dans le film sur l'Inde et le Pakistan, les gens qui sont filmés ne sont pas des acteurs, et leurs réactions sont naturelles, précise pour sa part Coca-Cola. Les machines installées par Coca-Cola sont équipées d'écrans tactiles 3D et de caméras. Il a fallu gérer les décalages horaires, les différences de culture et de langue. La machine filmait la personne devant elle tout en recevant le flux vidéo de la personne située face à l'autre machine. Les gens étaient incités à réaliser une tâche commune comme se toucher la main, dessiner le signe de la paix ou danser, avant de partager un Coca-cola. Les machines ont été placées dans deux centres commerciaux à Lahore au Pakistan et à New Delhi en Inde.

Etablir un contact visuel direct

Les machines ont été conçues par l'agence Leo Burnett. Lors de la réalisation, une des difficultés est que lorsque l'on utilise une caméra Web classique ou une solution Skype, les gens n'ont pas l'impression de regarder directement leurs interlocuteurs mais plutôt un peu au-dessus ou en-dessous d'eux. L'agence Leo Burnett a essayé un écran géant de PC portable avec des caméras autour, mais a constaté que lorsque les gens déplaçaient leurs mains afin de toucher l'écran, ils n'étaient plus visibles.

Donc l'idée a été de trouver un écran suffisamment opaque afin d'afficher un flux d'images nettes, à partir d'un flux vidéo tout en pouvant filmer au travers. A l'arrière de la machine, un grand projecteur projette sur l'écran. La technologie employée a permis de faire en sorte que les gens puissent se toucher la main et établir un contact visuel direct.

A lire aussi :



Préempter une



Le piège pour le



Etonnante croissance de



La Poste veut accélérer la

Actualité A la DSI Au marketing



Le conseil d'administration de la Poste recevra 3 heures de formation sur le digital
4 décembre 2013 | 0 Commentaires



Le e-commerce français supportera encore 18 mois d'injustice fiscale
3 décembre 2013 | 0 Commentaires



Free ruine les espoirs de ses concurrents avec les tarifs de sa 4G
3 décembre 2013 | 0 Commentaires



Air France fait face à l'incohérence de ses canaux sociaux
3 décembre 2013 | 0 Commentaires

Articles les plus lus



L'omni-canal est un projet d'organisation, pas un projet technique
6 novembre 2013



L'impression 3D à la Poste : 4 jours pour obtenir son produit
2 décembre 2013 | 2 Commentaires



« Le digital rapproche la DSI et le marketing » chez BNP Paribas Personal Finance
18 novembre 2013 | 2 Commentaires



Le Data Scientist du Big Data : un scientifique parlant business, mouton à cinq pattes
20 novembre 2013 | 2 Commentaires

Les brèves

1,5 million d'euros pour Socloz, la jeune pousse du Web-to-store

Une mauvaise saisie informatique facilite l'évasion d'un détenu à Nantes

La Poste propose l'impression 3D dans 3 agences

Les demandeurs d'emploi dans l'informatique seraient 76 700, selon le Munci

Entretiens



Alexandre Malsch, PDG de 28 ans, mêle vie personnelle et professionnelle sur les réseaux sociaux