DailyNet
Il quotidiano del marketing in rete

12 maggio 2020

Mercato Johannes amplia l'offerta con realtà aumentata e streaming

Lo social live agency di cui Vittorio Castelli è co-Founder e Sales Director ha dato vita alla nuova unit Star - Stunning Augmented Reality. Nel 2019 i ricavi dell'azienda a quota +35%

Nel nuovo scenario rivoluzionato dal Coronavirus, e dal lockdown deciso dalle autorità governative per mitigare gli effetti della crisi sanitaria, Johannes ha deciso di ampliare l'offerta al fine di venire incontro alle nuove esigenze dei suoi clienti, brand e agenzie. "Dopo le prime settimane di comprensibile smarrimento, da inizio aprile tante aziende e agenzie ci hanno contattato per capire come affrontare un mondo fino a poche settimane prima sconosciuto e inimmaginabile" spiega Vittorio Castelli, Co-founder e Sales Director di Johannes, la social live agency specializzata nello sviluppo di soluzioni tecnologiche innovative e di progetti speciali per eventi. «Oggi, se non è cambiato quello che i brand vogliono dal mercato, ovvero l'engagement, un rapporto sempre più stretto ed interattivo con i propri clienti, il modo per ottenerlo non può essere necessariamente più lo stesso - continua Castelli -. Le attività si spostano sul digitale, nel mondo del virtuale e della realtà aumentata, un territorio dove Johannes, con la creatività che da sempre caratterizza il suo modo di operare, ha individuato nuove soluzioni per i clienti".

PIATTAFORMA PROPRIETARIA

Dunque, Johannes, da un lato dato vita a una nuova unit, Star - Stunning Augmented Reality, dedicata allo sviluppo di filtri in realtà aumentata utilizzabili sui principali social network (Instagram, Facebook, Snapchat e TikTok), dall'altro ha lanciato una piattaforma proprietaria pensata per permettere alle aziende di organizzare eventi in streaming customizzati, con la possibilità di arricchirne l'esperienza con quelle soluzioni interattive che rappresentano da sempre il plus della sua offerta. "I filtri in realtà aumentata sono in grado di coinvolgere i consumatori sulle piattaforme social in modo divertente ed efficace, soprattutto in una logica di conversione alle vendite di prodotti e servizi - spiega ancora Vittorio Castelli -. Piacciono, dunque, sia alle aziende sia agli utenti social, con potenzialità che il mercato inizierà ora, molto probabilmente, a cogliere di più rispetto al recente passato. Faccio un esempio: un'azienda di cosmetica può, grazie a Star, far provare virtualmente ai suoi fan i propri prodotti attraverso il face tracking. Ma non è tutto: Star, infatti, si occuperà di augmented reality a 360 gradi. Per ora abbiamo iniziato con i filtri, a breve saremo in grado di realizzare per i brand qualsiasi progetto, utilizzando la realtà aumentata in diretta, dalle campagne pubblicitarie su strada ad esperienze totalmente immersive in uno store".

IN TEMA DI CREATIVITÀ

Sempre in tema di creatività, nelle settimane del lockdown Johannes ha rilasciato House | Photo, una sorta di photo booth portatile, utilizzabile da qualunque device e angolo della propria casa, grazie al quale i brand possono offrire un'attività ludica e avviare una forma di interazione con i propri utenti. Per quanto riguarda lo streaming, Johannes proporrà presto ad aziende e agenzie "una piattaforma realizzata dal nostro team di sviluppo per organizzare conferenze online, webinar ma anche appuntamenti one-to-one. A differenza di quanto si trova oggi sul mercato, la piattaforma potrà essere personalizzata dal cliente e potrà contare sull'interattività garantita dai nostri tool, come ad esempio House | Photo".

UNA SPICCATA CRESCITA

Ma Johannes offre una soluzione anche a chi è interessato ad organizzare eventi in streaming più impegnativi sul fronte della produzione, ad esempio con trasmissioni in 3D e il ricorso ad avatar, "grazie a un accordo che è stato raggiunto con due player importanti del settore, che ci permettono di utilizzare le loro piattaforme integrate ai nostri servizi. Un grande impegno, dunque, sul fronte del pensiero creativo e dello sviluppo tecnologico, un lavoro che è già stato premiato in queste settimane dai clienti e dai primi incarichi affidati; un patrimonio, infine, che permetterà a Johannes, quando si potranno nuovamente organizzare anche gli eventi fisici, di presentarsi al mercato con un'offerta ancora più ricca, articolata e all'avanguardia", sottolinea Castelli. Reduce da un 2019 chiuso con un giro d'affari in crescita del 35%, e da un primo trimestre andato ancora meglio (+40%), Johannes conta su una sede centrale a Milano (dove opera con una ventina di professionisti) e su uffici anche a Dubai (dove il team conta su una decina di persone). Tra i principali clienti di Johannes figurano realtà come Armani Beauty, Reebok, Etihad, Jaguar Land Rover e l'Oreal, solo per citarne alcuni.

JOHANNES
social live agency