

Adverty lägger till stöd för HoloLens 2 för att möjliggöra unik interaktion med annonsobjekt i Mixed Reality

Adverty AB (publ) uppdaterar sin plattform för att stödja Microsofts nya Mixed Reality headset. HoloLens 2 presenterades nyligen på Mobile World Congress (25/2-28/2 2019, Barcelona).

Barcelona den 26 februari. Mixed Reality är en teknik för smarta glasögon som ger användaren en upplevelse där den verkliga världen samspelar med virtuella objekt. Tekniken används redan idag med framgång inom företagsvärlden och är på väg in i vanliga konsumenters vardag inom en överskådlig framtid.

Ledande globala företag som Microsoft, Apple, Google, Facebook och Magic Leap kapprustar för att utveckla versioner av tekniken anpassad för massmarknaden. Lanseringen av HoloLens 2 innebär en signifikant milstolpe i denna utveckling och nyheterna från föregångaren (HoloLens 1) är bland annat utökad synfält (field of view), bättre komfort och en helt ny teknik för gestigenkänning, där glasögonen nu kan registrera användarens handrörelser ned till individuella fingerrörelser, helt utan krav på speciella handskar eller handhållna styrdon.

I oktober förra året öppnade Adverty sitt unika annonsnätverk för Mixed Reality i och med lanseringen av sin plattform som möjliggör sömlös reklam i bland annat HoloLens(1)-spelet PuzzlAR: World Tour, som kan hämtas gratis i Microsoft Store.

“En app utvecklad för Mixed Reality med den nya gestigenkänningstekniken i HoloLens 2 skulle i realtid kunna infoga interaktiva, tredimensionella virtuella annonsobjekt i din riktiga värld, exempelvis en varumärkesspecifik läskburk där användaren då med sina händer och fingrar, precis som i den verkliga världen, kan öppna eller förflytta den inom de gränser applikationsutvecklaren satt upp. Interaktionen med olika annonsobjekt skulle sedan kunna belönas med så kallade “in-game”-valutor eller förlängd speltid för att nämna några tillämpningar”, förklarar Niklas Bakos, VD och medgrundare på Adverty.

“Advertys BrainImpression™ algoritm som avgör huruvida en annons uppfattats av konsumenten, har ett mycket förtjänstfullt utgångsläge vid bruk av interaktiva annonsobjekt eftersom det faller naturligt att fästa och centrera blicken på det objekt vi avser att interagera med”, fortsätter Bakos.

Innan tekniken med tredimensionella, interaktiva annonsobjekt når massmarknad kan ytterligare standardiseringsarbete behövas och Adverty kan där influera utkomsten genom sin position som teknikledare inom nya och innovativa digitala reklammetoder. Bolaget har slutit samarbetsavtal med viktiga aktörer inom branschen och samarbetar med Interactive Advertising Bureau (IAB), där Adverty nyligen belönats med ett IAB Gold Standard certifikat, det första som tilldelats en aktör specialiserad inom immersiv marknadsföring.

“Arbetet kring interaktiva, tredimensionella annonsobjekt är en viktig del av Advertys strategi, att i en och samma plattform leverera en helhetslösning som täcker in både dagens massmarknad med applikationer och spel på mobiltelefonen, samt morgondagens, i Virtual, Augmented och Mixed Reality”, avslutar Bakos.

För mer information, vänligen kontakta:

Niklas Bakos, VD
Telefon: +46 703 66 96 46
E-post: nb@adverty.com

Om Adverty

Adverty, grundat 2016, är ett annonsteknikbolag som sammanför varumärken med dess konsumenter på rätt tid och plats, genom sin banbrytande plattform för immersiva VR, AR och mobila upplevelser. Tekniken skapar en ny lättanvänd inkomstkälla för apputvecklare genom icke-påträngande, sömlös annonsering. Mer information på www.adverty.com.