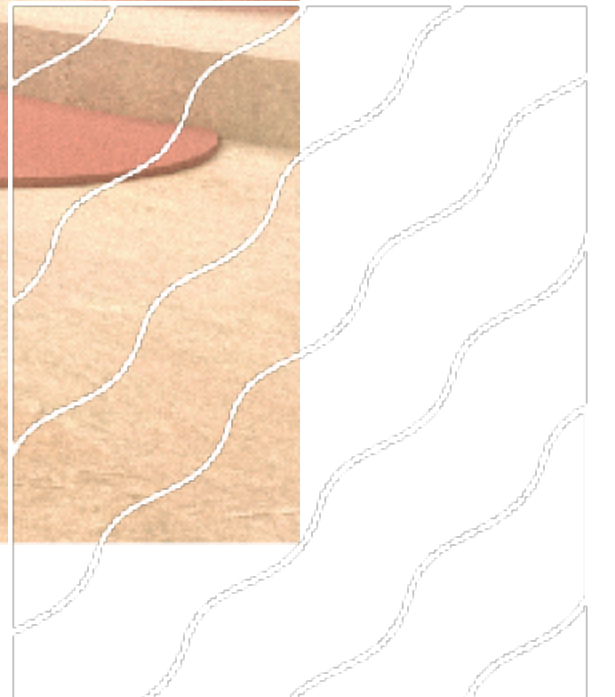




MYVERSE

TRIUMPH COMFORT MY WAY SPACE



WYZWANIE

Triumph International to szwajcarski producent bielizny, którego oddziały obecne są w 45 krajach świata.

Na początku 2022 roku firma rozpoczęła strategiczny zwrot w komunikacji marki w stronę marketingu opartego na relacjach, doświadczeniach i zrozumieniu indywidualnych potrzeb swoich klientek.

Zostaliśmy poproszeni o zaprojektowanie wirtualnego doświadczenia, które przedstawi nowe oblicze marki i zaprezentuje nową kampanię pn. Comfort My Way. Wydarzenie było skierowane do zaproszonych dziennikarek i influencerów z 24 krajów regionu.

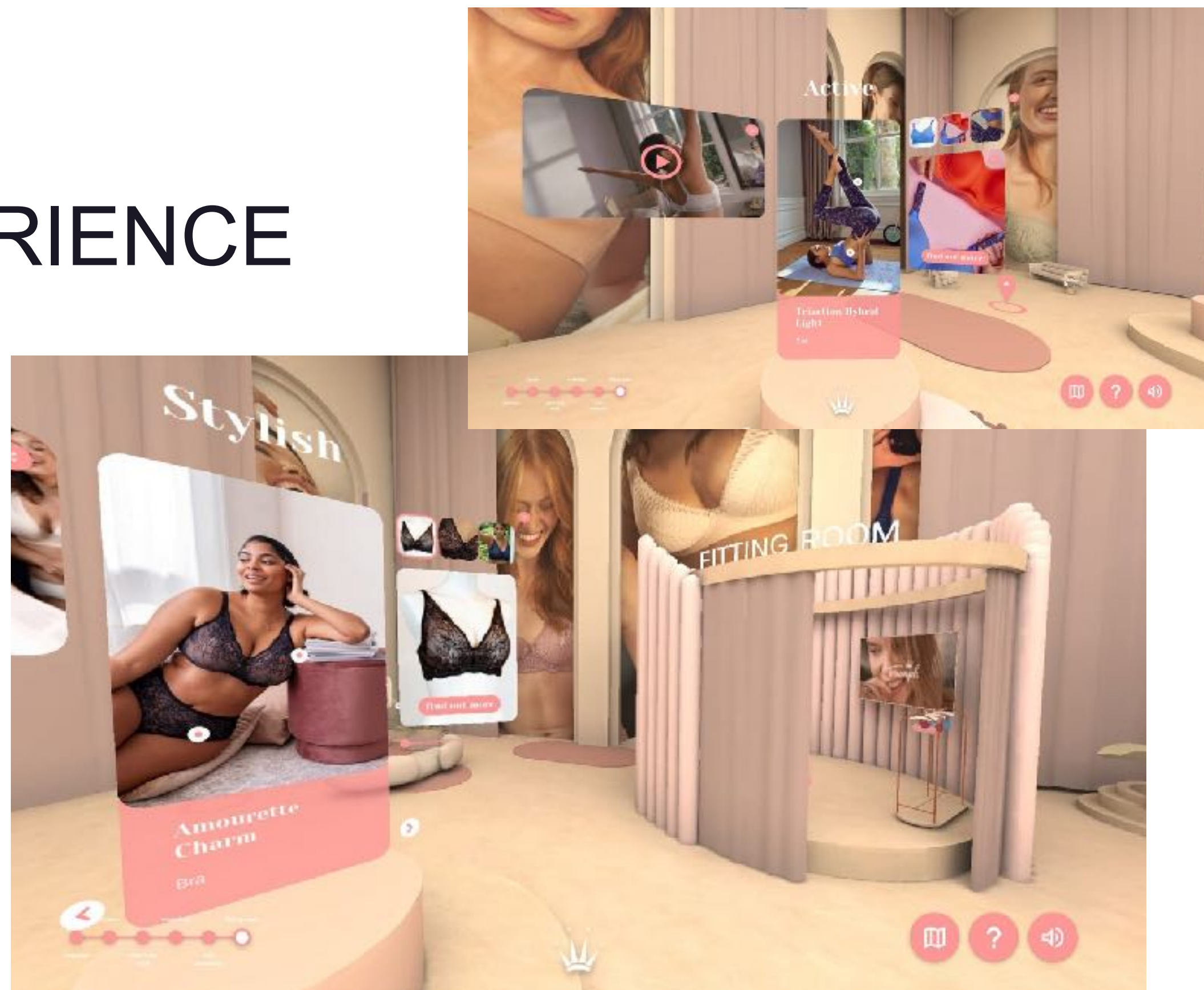
Klientowi szczególnie zależało, aby poza wirtualną prezentacją założeń kampanii zbudować odpowiednią, intymną atmosferę wydarzenia i pokazać produkty z premierowej kolekcji w możliwie najbardziej angażujący sposób.



INTERAKTYWNY SHOWROOM I METAVERSE EXPERIENCE

Na potrzeby kampanii Triumph „Comfort My Way” stworzyliśmy interaktywne doświadczenie, dostępne z poziomu przeglądarki internetowej komputera lub smartfonu.

Zaprojektowaliśmy wirtualny showroom, który pozwala przenieść się do świata marki Triumph, wziąć udział w immersyjnych warsztatach oraz zobaczyć najnowszą kolekcję producenta w nowy, bardziej angażujący sposób.



COMFORT MY WAY SPACE

- Portale przenoszące do jednego z trzech warsztatów:
 - Active - warsztaty technik oddechowych z Martyną Koską
 - Smart - warsztaty komfortu zapachowego z Katarzyną Stryczniewicz
 - Stylish - warsztaty tworzenia kolaży zaprojektowane przy współpracy z Aleksandrą Morawiak
- Interaktywny kwestionariusz pomagający określić rodzaj stylu życia i typ komfortu preferowany przez użytkowniczkę.
- Główny ekran projekcyjny. Tu uczestniczki wydarzenia mogły obejrzeć filmową prezentację kampanii Comfort My Way, a także premierę teledysku do piosenki „I Want It My Way” śpiewanej przez influencerki: Joannę Koroniewską (Polska), Josie Gibson (Wielka Brytania), Mandy Capristo (Niemcy) i Giorgię Lucini (Włochy).
- Przymierzalnia z wirtualnymi przewodnikami brafittingu.
- Wirtualny showroom najnowszej kolekcji marki Triumph.
- Lounge space z ikonicznymi meblami legendarnych projektantów.



ZAKRES PRAC PROJEKTOWYCH

PROJEKTOWANIE

- Koncepcja aktywacji
- Ścieżka doświadczenia użytkownika
- Scenariusz interakcji z przestrzenią
- Model nawigacji
- Scenografia / Modelowanie środowiska 3D

PRODUKCJA

- Wirtualna przestrzeń 3D dostępna z poziomu przeglądarki internetowej
- Wirtualny showroom wraz ze zdjęciami 3D najnowszych modeli bielizny Triumph
- Interface użytkownika
- Programowanie aplikacji do projektowania kolaży
- Programowanie strony startowej projektu
- Optymalizacja pobierania i skalowania serwisu
- 3 warsztaty online
- Voiceover | Narracja przewodniczki

