

LEXUS SAJTÓKÖZLEMÉNY

2021. október 26.

Okosreklámot mutatott be a Lexus

A Lexus érzelmi intelligenciával felvértezett reklámot mutatott be ami képes reagálni a nézők érzéseire. A személyre szabott reklámok új evolúciós lépésének tekinthető, innovatív arcfelismerő technológiát használó kampányt a megújult öntöltő hibrid elektromos Lexus ES felsőkategóriás luxusszedán átgondolt funkciói ihlették, amelyek reagálnak a vezető viselkedésére.

A megújult Lexus ES öntöltő hibrid leleplezése alkalmából a Lexus egy egyedülálló, érzelmi intelligenciával felvértezett reklámot mutatott be, amely képes reagálni a nézők érzéseire. Az innovatív filmélmény a Lexus reklámevolúciójának legújabb lépcsőfoka, amelyet úgy terveztek meg, hogy miközben nézik, képes legyen felismerni a nézők érzelmeit, majd alkalmazkodni hozzájuk és hatni rájuk. Ez az úttörő, „Érezd jól magad” névre keresztelt kampány arcfelismerést használ, hogy a nézőre még pozitívabb benyomást tudjon tenni, miközben egy egyedülálló, személyre szabott reklámélményt nyújt, amely az alábbi linken érhető el: [The Lexus ES Emotional Journey](#)

A MorphCast arcfelismeréssel foglalkozó szakembereinek tudását felhasználva a hirdetés egy egyedülálló, szabadalmaztatott technológiát használ, amely arcelemzés használatával képes valós időben befolyásolni a tartalmat. A néző kamerájának használatával az „Emotional AI” technológia képes leolvasni az arckifejezéseket. Amint a felhasználó engedélyezi a mesterséges intelligencia használatát, a reklám vizuális és zenei világa a néző éppen érzékelt érzelmi állaptától függően változik. Az események felgyorsulnak vagy éppen lelassulnak, a zene izgalmasabbá vagy nyugodtabbá válik, a színek élénkebbek vagy fakóbbak lesznek, és „érzelmi szekvenciákat” tartalmazó vágóképek jelennek meg. A néző teljes szabadsággal kísérletezhet, és megtapasztalhatja, hogy a mesterséges intelligencia hogyan reagál az arckifejezésének változásaira szinte azonnal a tartalom megváltoztatásán keresztül. A történet minden „érzékelési pontján” a mesterséges intelligenciától független képek indulnak el, így kombinálva a kampányanyagot a pszichológusok által jóváhagyott, kézzel kiválasztott felvételekkel. Mindez akár 3125 lehetséges kombinációt eredményez. Az innovációs építészek, szoftvermérnökök és kreatív szakemberek képzett csapatából álló díjnyertes Unit9 globális termelési partnerrel együtt dolgozva egy pszichológusokból és tudósokból álló bizottságot hoztak létre a kampány életre hívásához. A bizottságot az érzelmi alapokra helyezett tervezés specialista, Mohammad Soleymani professzor vezeti, akinek kutatásai a pszichológiai jelek és arckifejezések felhasználásával automatikus érzelemfelismerési és viselkedés-megértési módszerek kifejlesztésére irányulnak. A testület segítette kifejleszteni és finomítani az audiovizuális tartalmat, amelyet kifejezetten arra terveztek, hogy választ adjon a nézők érzelmeire. A bizottságban helyet kapott Dr. Axel Buether professzor, németországi színpeszichológus és az IV Audio Branding alapítója, illetve Steve Keller szonikus alkimista is, aki a hang emberi érzelmekre gyakorolt hatásának vezető szakértője.

Oldal: 1 / 3

Sajtókapcsolat

Varga Zsombor, PR manager

Telefonszám: +36 30 400 0990

TOYOTA CENTRAL EUROPE KFT.

E-mail: zsombor.varga@toyota-ce.com Sajtóoldal: www.lexusnews.eu

2040 Budaörs, Budapest, Keleti 4.

LEXUS SAJTÓKÖZLEMÉNY

Dr. Axel Buether professzor és Steve Keller egyaránt közzétették saját tudományágaik kutatásait, és a TedTalks-on bemutatták a való világban történő alkalmazásukat. Az emelkedett érzelmeket kiváltó vezetési élmény keresése közben a Lexus mérnökei és tervezői egy olyan autót alkottak meg az ES képében, amelyben az intelligens funkciók képesek felismerni és reagálni a vezető cselekedeteire. Kiváló példa erre a Lexus klímamenedzser, amely tökéletes hőmérsékletet teremt az utastérben, köszönhetően a légkondicionáló beállításaira automatikusan reagáló ülészellőztetésnek, ülés- és kormányfűtésnek. Belső érzékelői a kabin páratartalmát és a szélvédő, illetve a kabin hőmérsékletét is folyamatosan figyelik, és megakadályozzák, hogy az üvegfelületek bepárásodjanak. A Lexus klímamenedzser része a továbbfejlesztett nanoe™ X rendszer is, amely enyhén savas nanoionokat bocsát ki a légbefúvókból, ezzel harcolva az ellen, hogy kiszáradjon az utasok bőre. A vezetési élményt a továbbfejlesztett hátsó futómű, a fékpedál új formája és az adaptív változó felfüggesztés (AVS) is tovább fokozza, míg az új szintre emelt menetkomfort és a tovább javított „lineáris reakciókészség” segít megtapasztalni azt, amit a márka új, dinamikus szlogenje hirdet: élje át a pillanatot! Ezekből a jellemzőkből merítve ihletét, a hirdetés olyan többszintű audiovizuális stimuláció segítségével próbálja meg 30 másodpercben megváltoztatni a nézők érzelmeit, melyek tükrözik mindazt, amitől az ES-ben jól érezheti magát.

„Örülünk, hogy világszerte megoszthatjuk ezt az innovatív élményt a közönséggel. Mivel a fogyasztók egyre inkább személyre szabott élményeket várnak a márkáktól, meg akartuk vizsgálni a mesterséges intelligencia használatát a nézők által elvárt hirdetések készítéséhez. Ez az első lépése annak, hogy megmutassuk, a hirdetés egy apró valós idejű változtatása is pozitív érzelmi töltetet tud adni. Ez a logika megtalálható a Lexus ES -ben is, amely kivételes kényelmet biztosít azáltal, hogy az érzékszervekre ható funkciókat képes akár önállóan szabályozni. Tehát természetes szinergia van a termék és a kampány között: a hirdetés úgy reagál a néző érzelmeire, mint az autó a vezető viselkedésére és igényeire.” – fogalmaz Spiros Fotinos, a Lexus európai igazgatója.

„Most minden eddiginél szembetűnőbb, hogy a kép, a szín és a hang milyen hatással lehet a néző érzelmeire. Ezek a megállapítások természetesen nem újkeletűek, de az érzelmi mesterséges intelligencia területén elért fejlődéssel és fejlesztésekkel egyre relevánsabbak. Mindennapi életünkben számos audiovizuális stimuláció bombáz bennünket, amelyek hatással vannak érzelmi állapotunkra, így egyszerre üdítő és megnyugtató, hogy egy olyan ikonikus márka, mint a Lexus, vizsgálja a személyre szabott tartalmak lehetőségét, amelyek célja, hogy a nézők pozitívabbnak érezzük magukat tőlük.” – véli Mohammad Soleymani professzor, affektív számítástechnikai szakértő.

„Amikor megkerestek bennünket azzal a kéréssel, hogy a technológiánkat használjuk fel egy egyedülálló hirdetéshez, amely a legmodernebb arcfelismerő szoftvert használja, azonnal tudtuk, hogy ezt a kihívást nem lehet visszautasítani. 2021-ben még csak az elején járunk annak az útnak, amin kideríthetjük, milyen lehetőségek rejlenek a mesterséges

Sajtókapcsolat

LEXUS SAJTÓKÖZLEMÉNY

intelligenciában a Lexus márkával végzett közös munkánk kapcsán. Alig várjuk, hogy másodszor is történelmet írassunk a Lexus márkával közösen.” – teszi hozzá Zlaten del Castillo, a Unit9 munkatársa.

Sajtókapcsolat

Varga Zsombor, PR manager

Telefonszám: +36 30 400 0990

TOYOTA CENTRAL EUROPE KFT.

E-mail: zsombor.varga@toyota-ce.com Sajtóoldal: www.lexusnews.eu

2040 Budaörs, Budapest, Keleti 4.