

„Lexus“ gamintojai paskelbė išleidžiantys unikalią, emociškai išmanią reklamą, sukurtą taip, kad ši reaguotų į žiūrovo emocijas. „Feel Your Best“ pavadintoje naujo ES pristatymo kampanijos reklamoje naudojamos žiūrovų įrenginiuose esančios vaizdo kameros. Tuo siekiama, kad žiūrovai jaustųsi laimingesnis, o kartu sukuriama unikalūs, suasmenintas turinys.

Jei žiūrovai duoda tam sutikimą, dirbtinio intelekto algoritmas „Emotional AI“ gali nuskaityti veido išraiškas. Žmogui sąveikaujant su dirbtiniu intelektu, reklama atitinkamai reaguoja kintančiais muzikiniais leitmotyvais ir vaizdiniais, nulemtais žmogaus emocinės būklės. Reklamos vaizdai pagreitėja arba sulėtėja, muzika tampa labiau jaudinanti arba atvirkščiai, ramina, spalvos išryškėja arba nublinksta – taip pristatomas montažas su „emociniais segmentais“.

„Vartotojai iš prekių ženklų laukia daugiau suasmenintų žinučių, tad mes norėjome patikrinti dirbtinio intelekto galimybes kurdami reklamą, galinčią reaguoti į žiūrovą. Šis pirmas žingsnis parodo, kaip nedideli, realiuoju metu vykstantys pokyčiai gali turėti teigiamos įtakos jūsų jausenai“, – sakė Spiros Fotinos, „Lexus Europe“ vadovas.

Zlaten del Castillo, „Unit9“ atstovas ir technologijos kūrėjas, pasakojo, kad kurti algoritmą, skirtą unikaliam reklamai, naudojančiam modernią veido atpažinimo programinę įrangą, buvo iššūkis, kuriam jie negalėjo atsisipirti.

„2021-aisiais vis dar esame kelionės į galimybes, kurių dirbtinis intelektas mums gali padėti pasiekti, pradžioje. Nekantraujame būti įtraukti į istorijos kūrimą drauge su „Lexus“ ženklų“, – sakė jis.

Žiūrėdamas reklamą, žiūrovai turi visišką laisvę eksperimentuoti su rezultatais, gaunamais po to, kai dirbtinis intelektas nuskaityto jo veido išraiškas ir jas įvertina. Į kiekvieną pokytį dirbtinis intelektas reaguoja ir prie jo žaibiškai prisitaiko. Kiekviena nuskaityta emocija leidžia dirbtiniam intelektui pateikti skirtingą rezultatą, kampanijos medžiagą sujungiant su psichologų atrinktais ir patvirtintais filmuotais vaizdais. Rezultatas – net 3 125 galimos turinio kombinacijos, kurių tikslas – leisti žiūrovams nusiteikti džiugiau, nei jie buvo nusiteikę iš pradžių.

Naudodama „Lexus“ klimato kontrolės konsjeržo bei adaptyviosios kintamosios pakabos funkcijas ir skirtingų lygių audiovizualinę stimuliaciją, 30 sekundžių trunkanti reklama pamėgins pakeisti žiūrovo emocijas, o tai atspindės dalykų, leisiančių „jam pasijusti

geriausiai“ (angl. „Feel Your Best“), visumą ES modelyje.

Išbandyti emociškai intelektualią reklamą galite čia:

<https://www.lexus.eu/car-models/es/#ai-experience>

