

Augmented Reality

*til kunst, kultur
og turisme*





Det begyndte med et monsterhit

Da Pokémon Go blev lanceret, tog det verden med storm.

Spillet med de farverige væsner fik voksne og børn til at engagere sig i et udendørsspil i en grad, der endnu ikke er overgået.

-

Hos Chestnut laver vi ikke nye Pokémon go spil, men princippet er det samme.

Ved hjælp af teknologien Augmented Reality (AR), er verden pludselig interaktiv. Du kan holde din telefon op, og med ét bliver et skilt levende, en museumsplakat fortæller selv sin egen historie eller en kaffekop viser, hvor bønnerne kommer fra.


```
graph LR; A((Vi smelter de digitale og fysiske verdener sammen til én sammenhængende oplevelse.)) --> B((I stedet for at trække os væk fra verden, som mange digitale oplevelser gør, bringer AR teknologien ud i verden omkring os.));
```

Vi smelter de digitale og fysiske verdener sammen til én sammenhængende oplevelse.

I stedet for at trække os væk fra verden, som mange digitale oplevelser gør, bringer AR teknologien ud i verden omkring os.

Kort fortalt, er Augmented Reality..

..en ud
boksen



af
oplevelse



Konkret værdi

Mere end teknologi - en oplevelse med effekt

AR er ikke bare en ny måde at vise indhold på.
Man *mærker* det.

Når vi ser, hører og interagerer med noget, husker vi det bedre.
Vi engagerer os dybere. Det er derfor, AR er ligeså effektivt, som det er spændende.



Forbedret indlæring

Studier viser, at AR har en positiv effekt på indlæring med en effekt på 0.64.

Kilde: Universidad Católica de Oriente, Complutense University of Madrid



Øget engagement

AR på museer øger chancen for genbesøg, og har generelt en positiv virkning på de besøgendes tilfredshed.

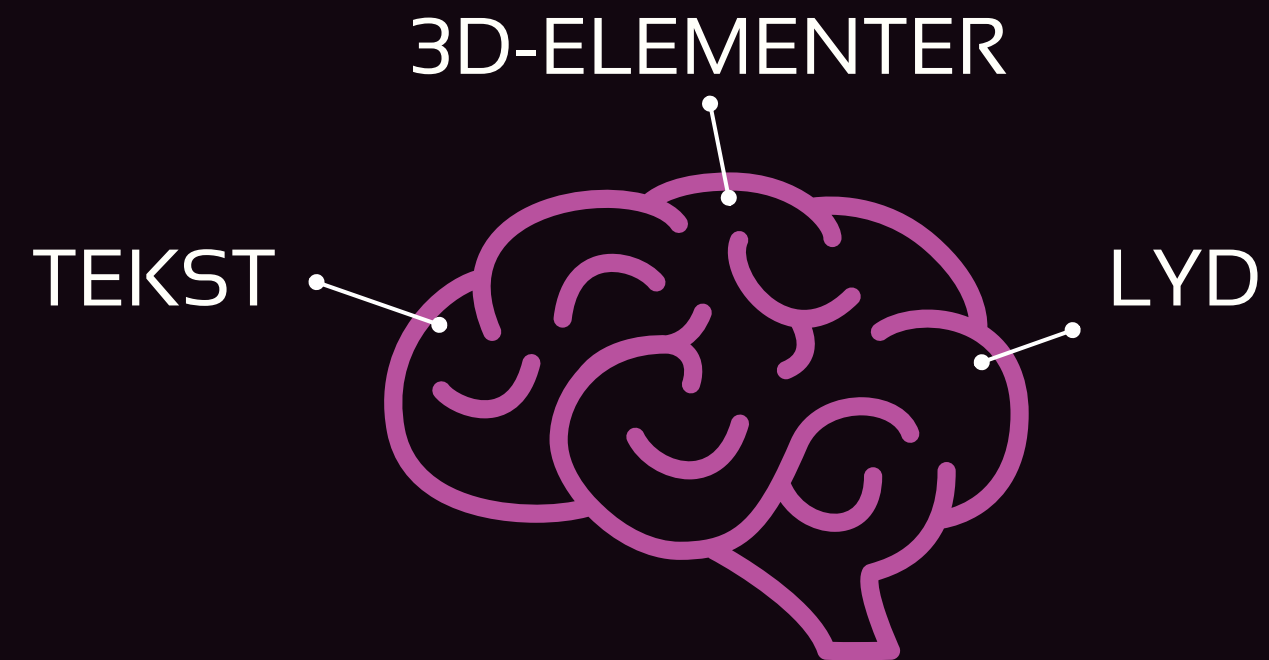
Kilde: International Institute for Interdisciplinary Studies



Markant vækst

Det globale marked for Augmented Reality var i 2024 ca. 45 mia. Det er anslået til at stige til ca. 130 mia. i 2035.

Kilde: Market Research Future



Med hjernen som medspiller

Forskning viser, at AR aktiverer flere områder af hjernen, hvilket styrker både hukommelse, forståelse og engagement. Når tekst, lyd og interaktive 3D-elementer kombineres, stimuleres ikke kun hippocampus – som spiller en central rolle i lagring og genkaldelse af viden – men også sanseområder i hjernebarken, der bearbejder syn, hørelse og bevægelse. Samtidig aktiveres præfrontal cortex, som er ansvarlig for opmærksomhed, planlægning og problemløsning.

Denne flerstrengede stimulering betyder, at læring ikke blot bliver en intellektuel proces, men en oplevelse, hvor både følelser og sanser inddrages. Resultatet er dybere forståelse, stærkere hukommelsesspor og en mere vedvarende motivation for at lære.

Et medie i Fremgang»»»

Væksten drives af flere faktorer;

○ Den teknologiske udvikling

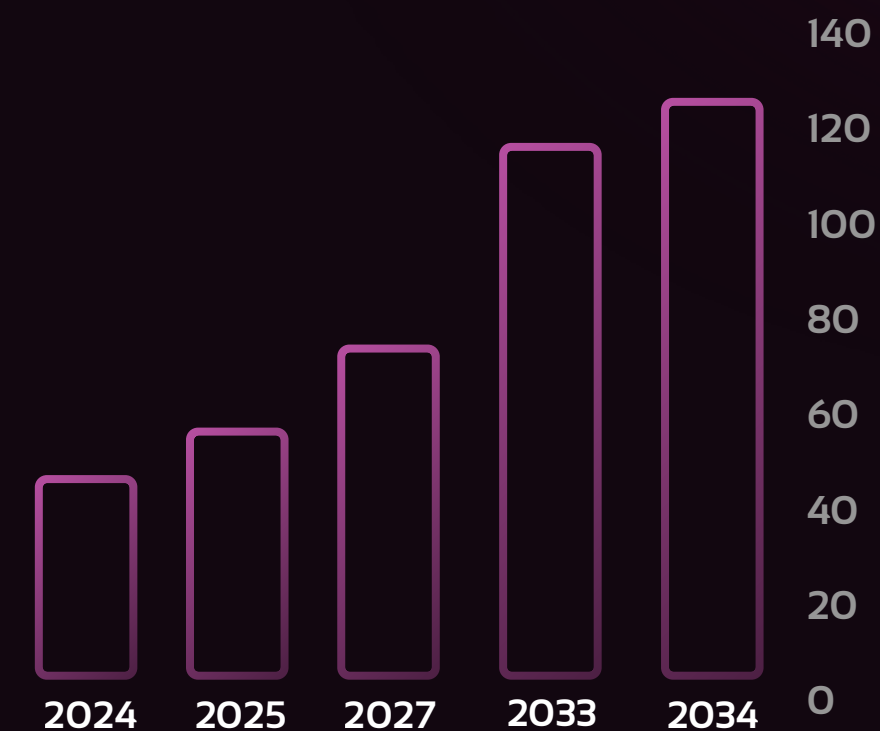
AR er mere tilgængelig end nogensinde – især webAR, hvor brugeren blot skal scanne en QR-kode eller åbne et link.

○ På tværs af brancher

Organisationer indenfor uddannelse, kultur, detail og industri anvender AR til øget engagement, bedre forståelse og stærkere brandoplevelser.

○ Højere forbrugerkrav

Vi vil ikke bare se information, vi vil opleve den!



Den globale markedsstørrelse (Mia. USD) tredobles på ti år.

Kilde: Market Research Future

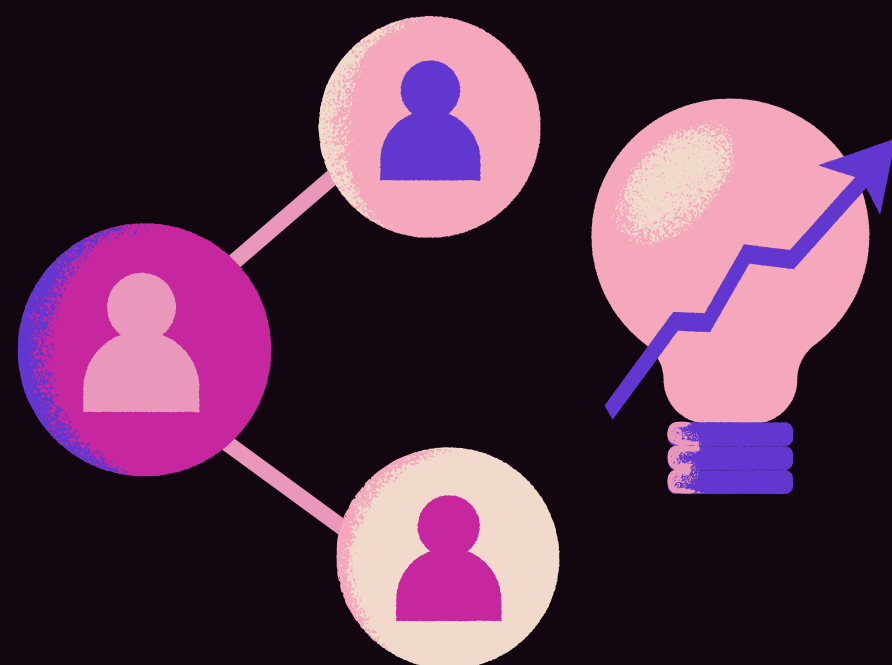
Ingen app nødvendig



Brugeren scanner en QR-kode
Godkender adgang til kamera.



Oplevelsen er i gang
Det foregår direkte i browseren, uden at brugeren først skal hente en app.



Kommunikationsplan

For at skabe en fokuseret og målbar løsning tager ethvert projekt afsæt i en kommunikationsplan, der sikrer sammenhæng mellem strategi, budskab og oplevelse. Planen fungerer som projektets kompas – fra første idé til den endelige AR-oplevelse.

Formål

Hvad er projektets formål? – det kan være at øge salg, skabe opmærksomhed, nudging mod en ønsket adfærd, forlænge dwell time eller styrke læring gennem aktiv deltagelse.

Budskaber

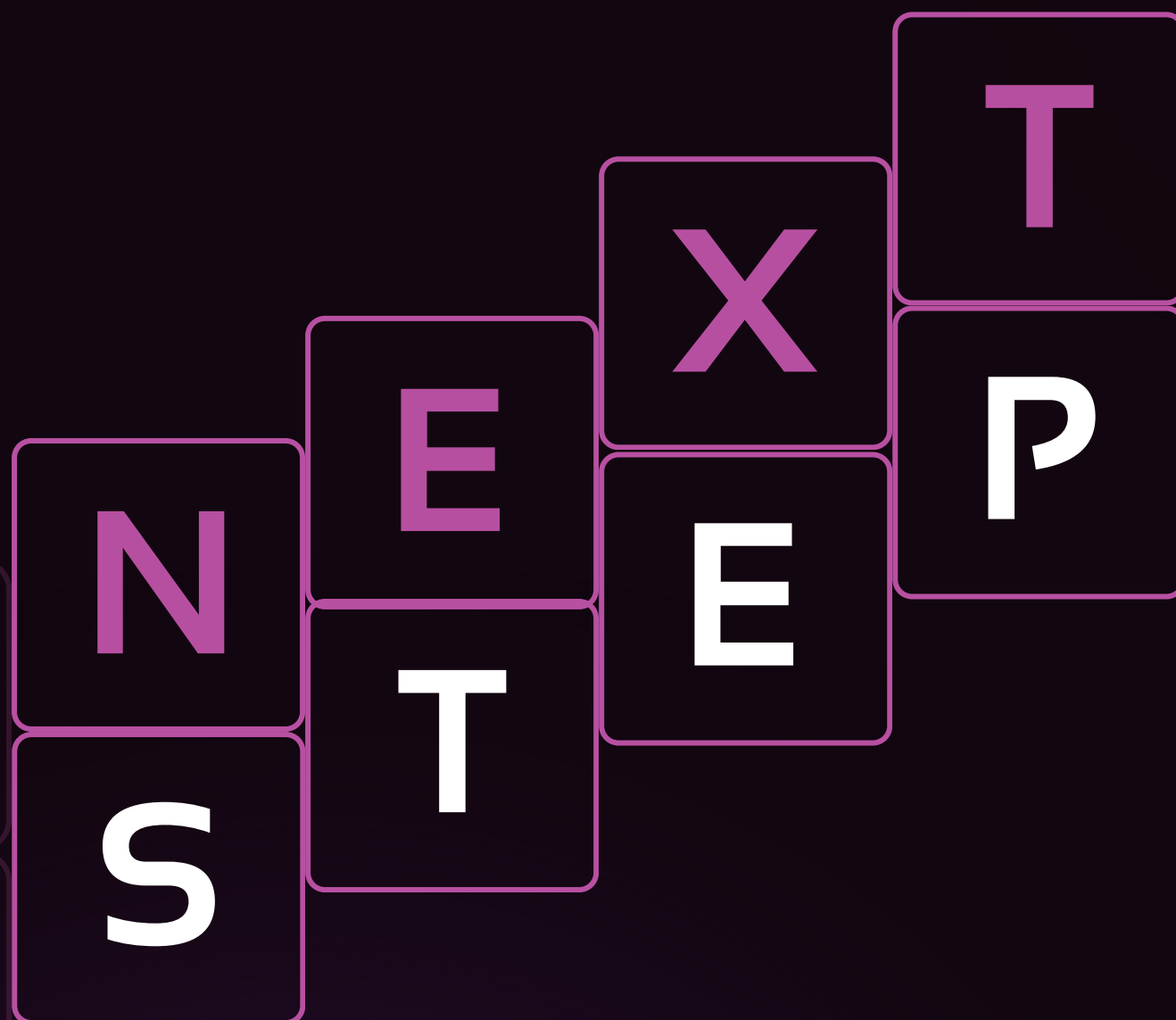
Hvad skal brugeren tage med sig?
Hvad er de centrale pointer i oplevelsen?

Målgruppe

Hvem taler I til – og hvordan?
Aldersgruppe, nationalitet, køn er typisk relevante parametre.

Setting / Lokationer

De fysiske og digitale miljøer, hvor WebAR-oplevelsen aktiveres – er det i udstillinger, butikker, events, undervisningsrum eller byrum.



- **Fortæl os om jeres projektidé**
Hos Chestnut er vi IN - interesserede og nysgerrige.
Vi omsætter jeres tanker til et projektoplæg.
- **Vi sætter retning**
I oplægget sætter vi retningen for projektet,
og præsenterer vores bud på, hvordan augmented
reality kan skabe værdi i netop jeres kontekst.
- **Vi lægger en plan**
Sammen med oplægget modtager I et tilbud med
pris og plan for at gennemføre projektet.

På den måde får I et klart billede af både muligheder,
udtryk og budget – inden I beslutter jer.

Kontakt

Vil du høre mere om, hvordan WebAR kan løfte jeres fortælling?
Kontakt os for en uforpligtende snak:

 info@chestnut.dk

 www.chestnut.dk

 +45 71 78 03 72

Vi hjælper jer hele vejen – fra idé til færdig oplevelse.

FAQ

Hvilke teknologiske krav er der til mig?

Ingen særlige. Oplevelsen hostes hos Zapworks. Alt, I behøver, er en projektidé – vi klarer resten.

Hvor lang tid tager det at udvikle et AR-projekt?

Udviklingstiden afhænger af projektets kompleksitet og indhold. Vi tilrettelægger forløbet sammen og afholder evalueringsmøder undervejs, så I hele tiden kan følge med i udviklingen.

Hvordan ved jeg, om oplevelsen er en succes?

AR-oplevelsen er dybest set en sofistikeret hjemmeside, der foregår direkte i brugerens browser. Det betyder, at den kan kobles på Google Analytics, der trækker alle de adfærdsdata, som ved en traditionel hjemmeside. Det kan fx være antal visninger, tid brugt i oplevelsen, engagement (klik, delinger, interaktioner).

Hvad kræver det af brugeren?

Kun en smartphone og internetadgang. Oplevelsen kører direkte i browseren, så brugeren behøver ikke downloade nogen app. Det gør oplevelsen let, hurtig og tilgængelig for alle.

Er der nogen faldgruber?

Vi sikrer en problemfri oplevelse gennem test, kvalitetssikring og support – både før, under og efter lancering.

Vi glæder os!