



v i s u a l c r e a t i v e s t u d i o

technology**Lab**



Alessandro Risuleo

Art Director **Visual Creative Studio**
comunicazione “cross mediale” visiva

Fondatore **Enhanced Press**
editoria digitale per Mobile Device



Cross mediale

Grafica editoriale



- Grafica statica

CD-Rom



- Grafica
- Interattività
- Multimedialità
- 3D (realtà virtuale)

WEB



- Grafica
- Interattività
- Multimedialità
- 3D (realtà virtuale)
- Dinamico (aggiornabile)



Cross mediale

1993 —————> **2007**



9 gennaio 2007



Cross mediale

Dicembre 2008

Visual Creative Studio, agenzia di comunicazione, realizza la sua prima applicazione per iPhone.



technologyLab



Cross mediale



A SEPARATE WORLD

- racconto a fumetti
- realizzato per l'iPhone
- multimediale

- video
- audio
- interattività





Cross mediale

L'idea diventò un format

Portare su iPhone i fumetti cartacei già esistenti.

Non un semplice PDF ma una rielaborazione eseguita vignetta per vignetta.





Cross mediale

Enhanced Booklet: Simone Cristicchi

Enhanced Booklet è la versione multimediale dei booklet (il libricino stampato) che trovate all'interno dei CD-Musicali, che si trasforma in una vera e propria Applicazione per i nostri iPhone o iPod Touch.



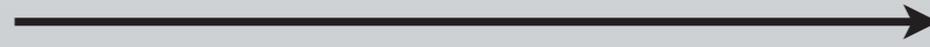
All'interno dell'applicazione troveremo:

- i testi di tutte le canzoni del nuovo CD;
- una foto gallery dell'artista;
- la possibilità di acquistare direttamente su iTunes la discografia completa dell'artista;
- interagire con i social networks più famosi;
- un quiz che ci permetterà di conoscere meglio Simone Cristicchi;
- 3 video clip completi.

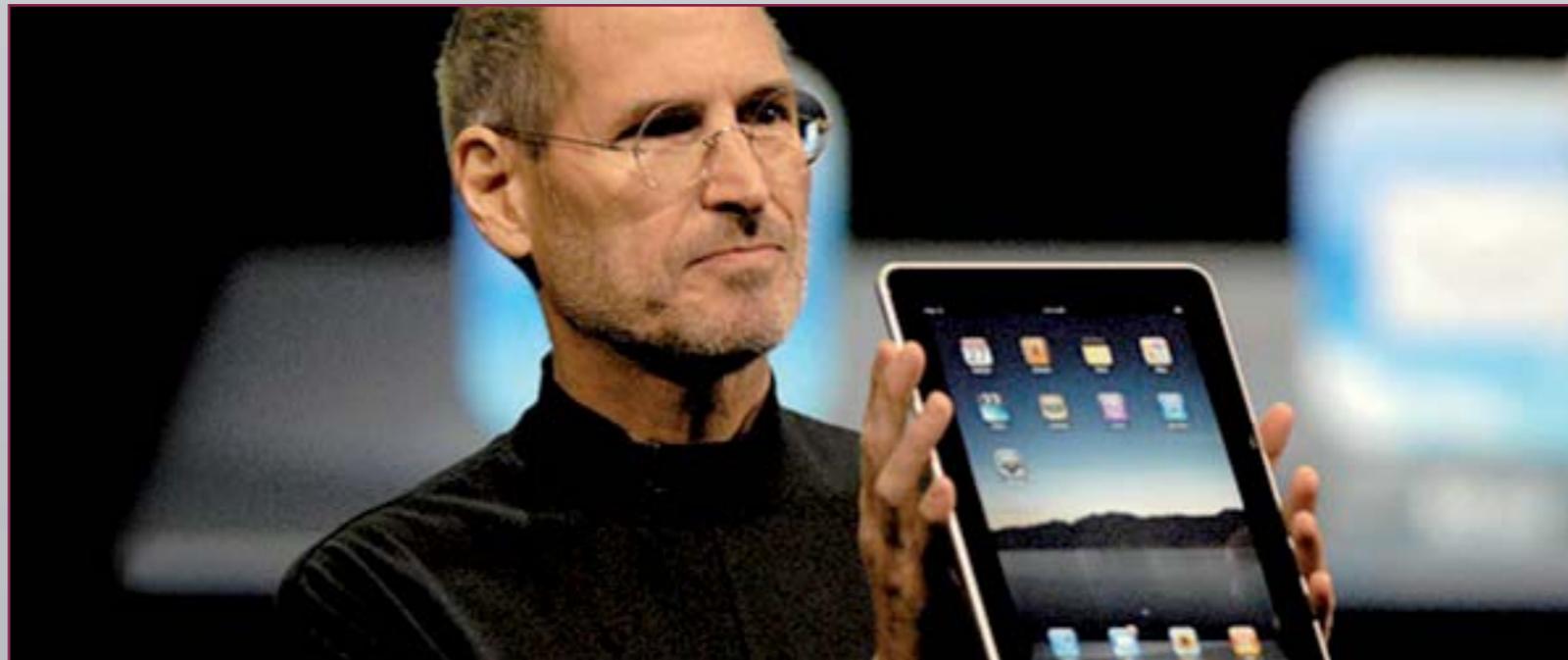


Cross mediale

2007



2010



27 gennaio 2010

technologyLab

©visualcreativestudio



Cross mediale

Gennaio 2010 - Apple annuncia la nascita dell'iPad e rilascia il nuovo SDK per gli sviluppatori.

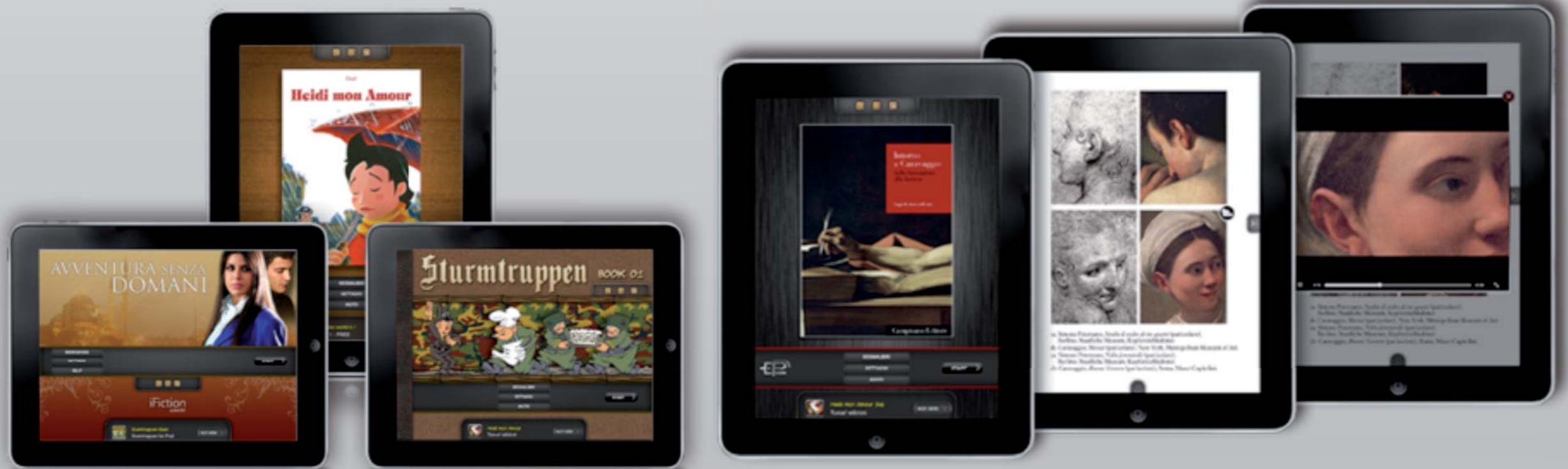


In meno di un mese Visual Creative Studio realizza il porting dei suoi prodotti sulla nuova periferica



Cross mediale

Aprile 2010 - I primi prodotti realizzati vengono messi in vendita nel mercato USA.



In contemporanea nasce il marchio Enhanced Press.



Cross mediale

L'editoria digitale

- sottolineatura
- evidenziazione
- righello
- blocco appunti
- post-it
- appunti vocali
- segnalibri
- navigazione per anteprime

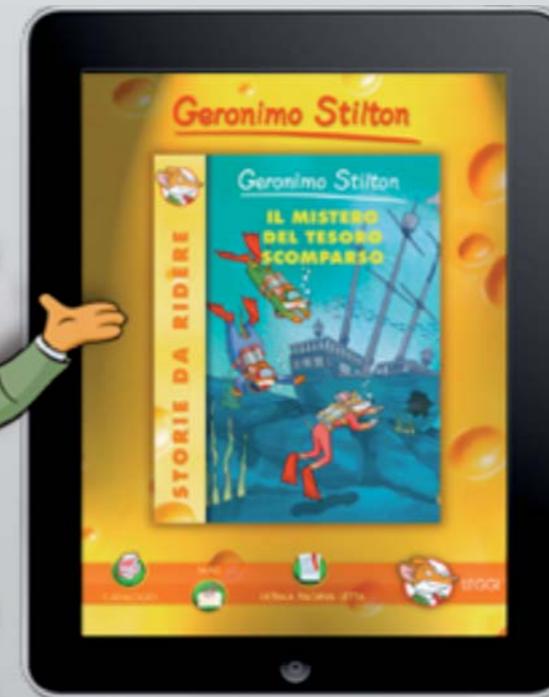




Cross mediale

I Livelli

- video
- gallerie fotografiche
- animazioni
- giochi
- fisica
- interattività
- social
- etc.



PIEMME
EDIZIONI

Enhanced Press e Edizioni Piemme
presentano:

**STORIE DA
RIDERE** per iPad

Geronimo Stilton





Le abitudini cambiano

Nel settore tecnologico questo cambiamento avviene con velocità esponenziale.



Telefonia

Smartphone



Nella lettura e nella navigazione su internet



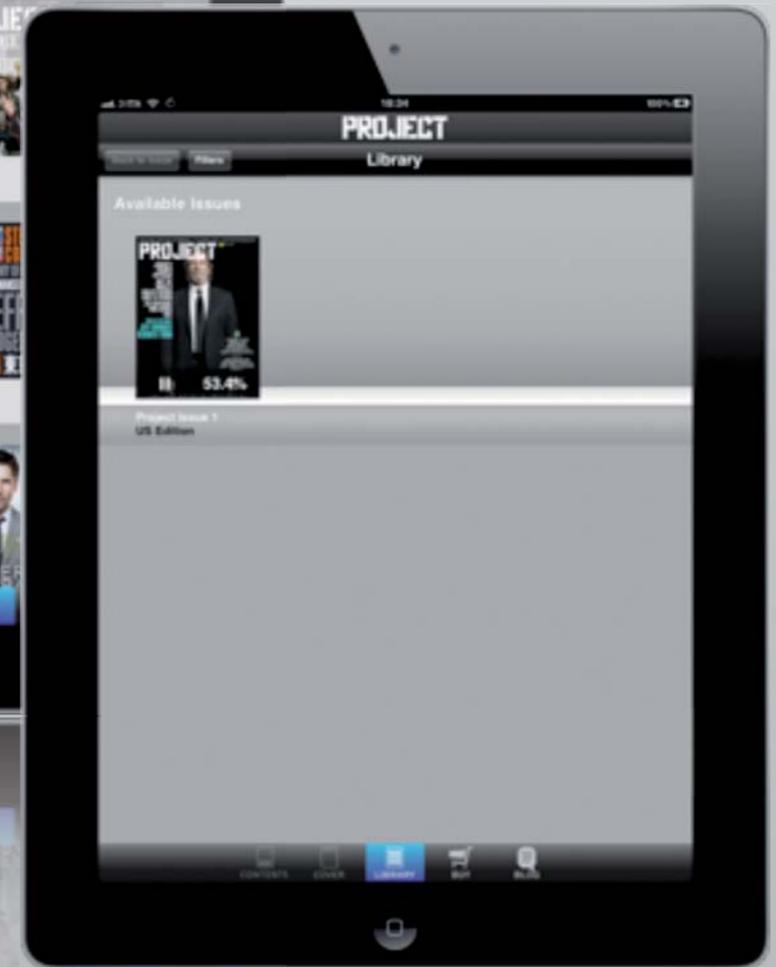
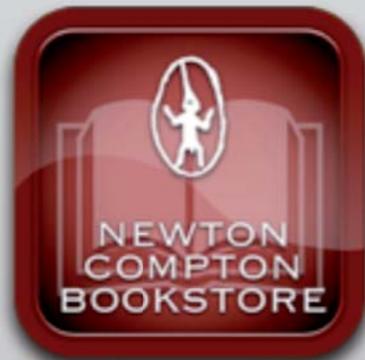
E-reader e Tablet



Nell'acquisto E-commerce sul web

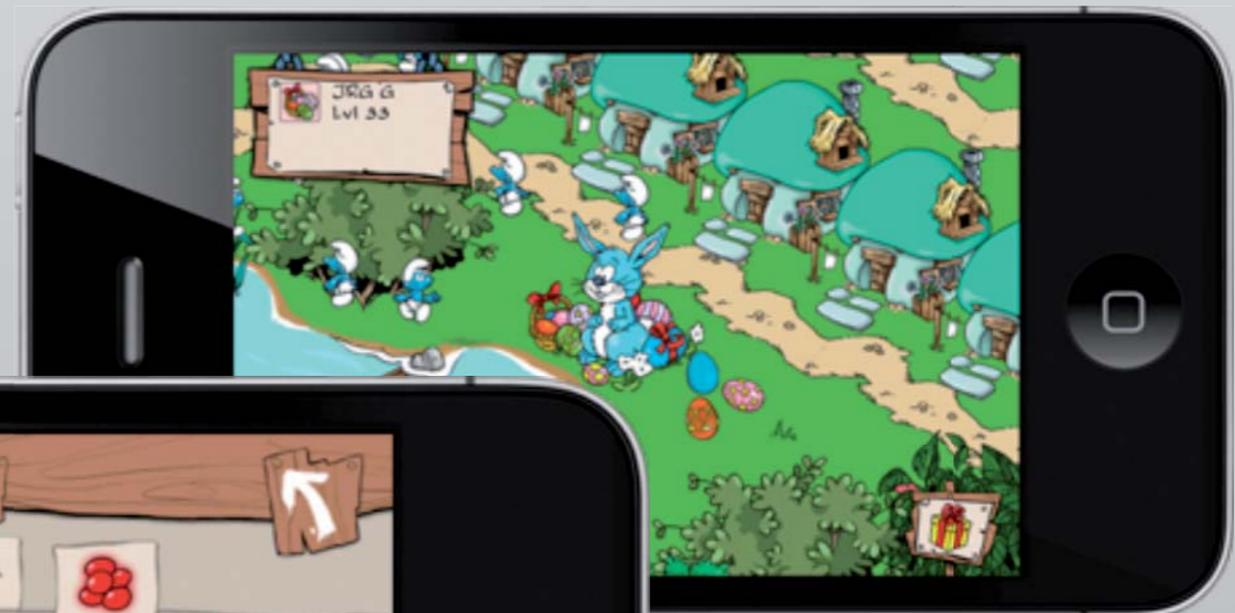


Nell'acquisto E-commerce nelle App



Nell'acquisto

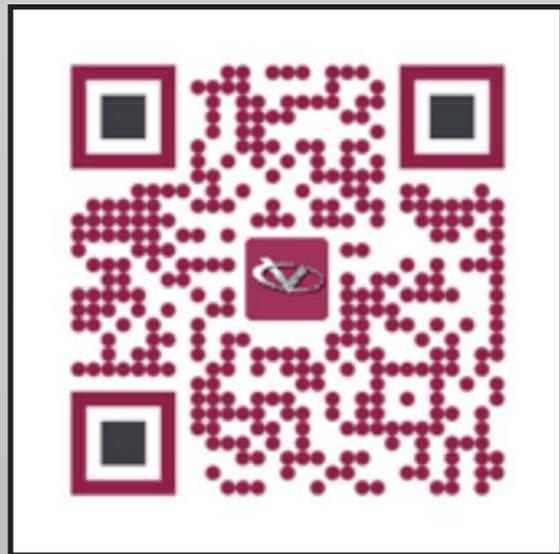
E-commerce nelle App





Nella percezione della realtà

QR Code





Nella percezione della realtà

Augmented reality





Nella comunicazione e condivisione

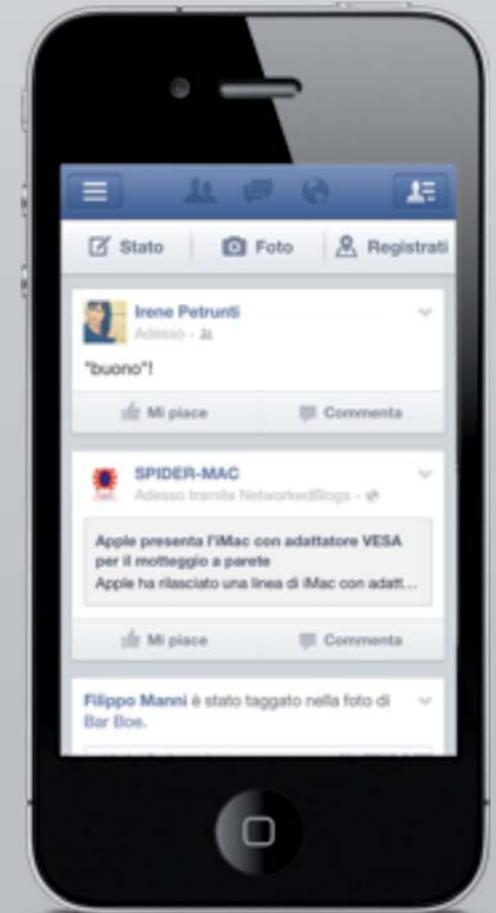
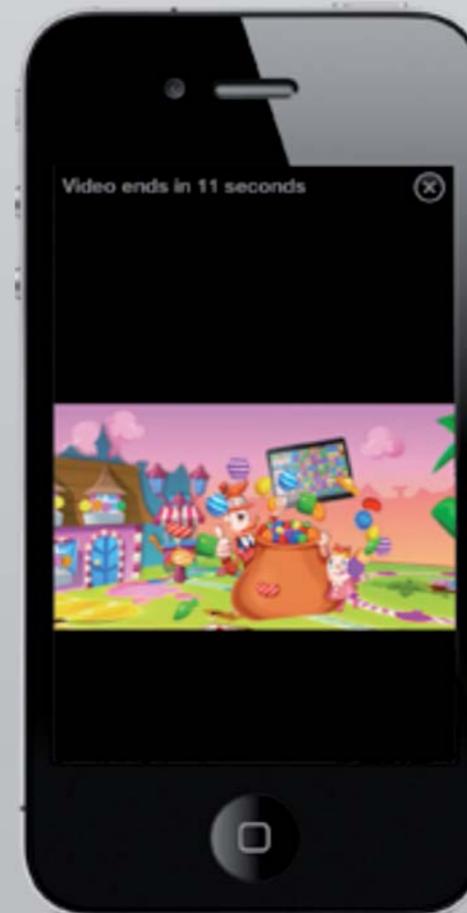
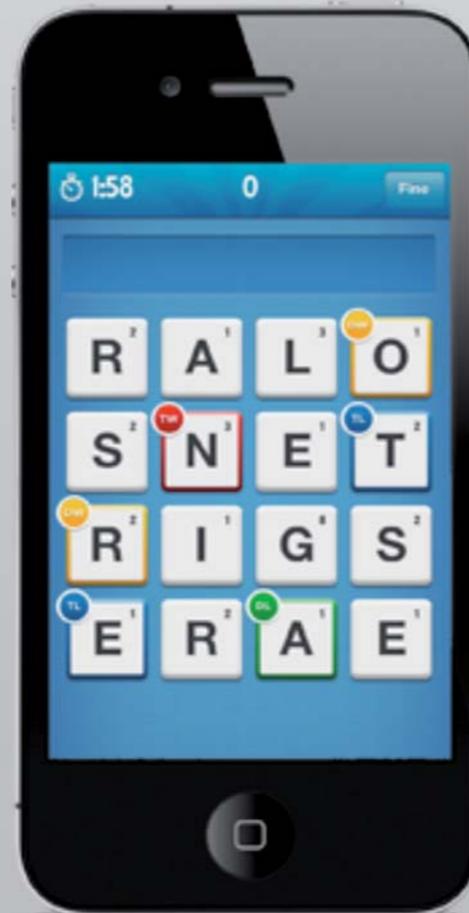
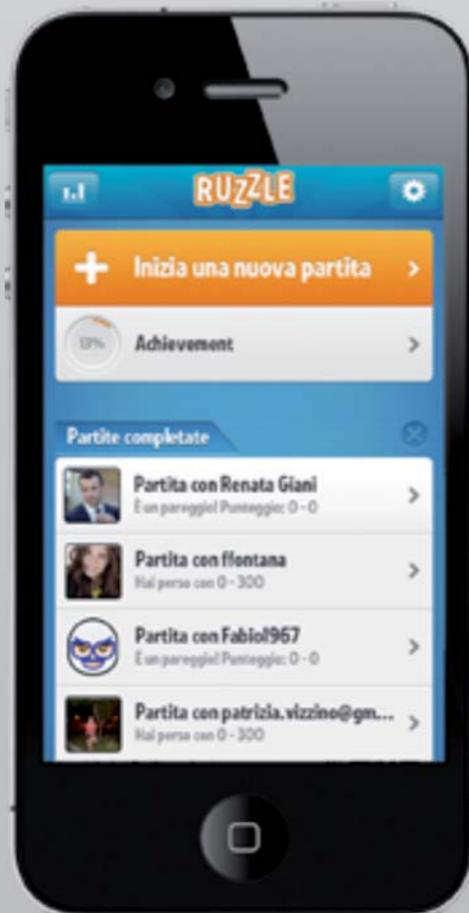
Social Network



MIX

Tecnologico

RUZZLE





Come si costruisce una app

Nelle applicazioni, come in altri ambiti digitali, per la scrittura di un progetto conviene seguire un percorso preciso e dettagliato



Scelta del device con differenti caratteristiche

Dati tecnici

Sistema operativo

- iOS
- Android
- WindowsPhone

Dotazione hardware

- funzione telefonia (viber)
- camera (augmented reality)
- giroscopio e accelerometro
- velocità processore
- tastiera fisica o virtuale





Come scegliere il formato

I passi obbligatori da fare sono

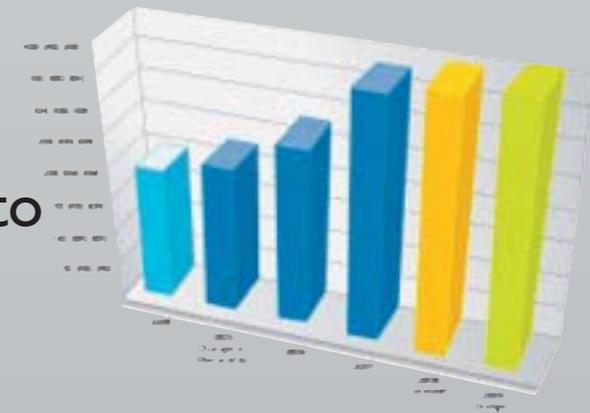


1. analisi dei contenuti

Es. “editoria”: narrativa, saggistica, libro illustrato, libro d’arte, libro per ragazzi, a colori o b/n

2. progetto marketing

target di riferimento, tempi di realizzazione, standardizzazione, analisi del mercato
Es. prodotto in vendita, prodotto promozionale etc..



3. investimento e profitti

target di riferimento, tempi di realizzazione, standardizzazione, analisi del mercato



Progettazione

Come funzionano le applicazioni per iPhone - iPad

il concept

Idea originale

fare una ricerca approfondita e analisi concorrenza

Sfruttare le potenzialità

conoscere bene il media e le sue potenzialità: gps, fotocamera, velocità processore etc.

Definire un target

B2B, B2C, età, sesso, lingua

Essere creativi

Nello store ci sono migliaia di App





Progettazione

Come funzionano le applicazioni per iPhone - iPad

il concept



il design

Dimensioni dello schermo

Il multitouch

Linee guida Apple



INTERFACCIA



Progettazione

Come funzionano

le applicazioni per iPhone - iPad

il concept



il design



lo sviluppo

Iscrizione al programma DEV di Apple

circa 100 euro l'anno

Sviluppare in linguaggio proprietario

Objective C per applicazioni native

Sviluppare in linguaggio multiplatforma

HTML 5

Usare tool di sviluppo che precompilano

es. UNITY 3D

Affidarsi a competenti con referenze



Progettazione

Come funzionano le applicazioni per iPhone - iPad

il concept



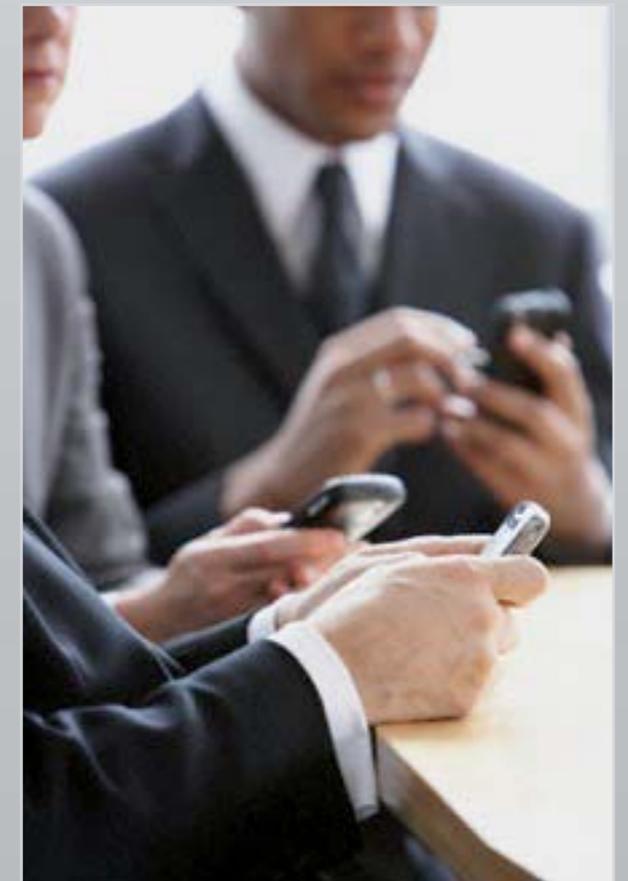
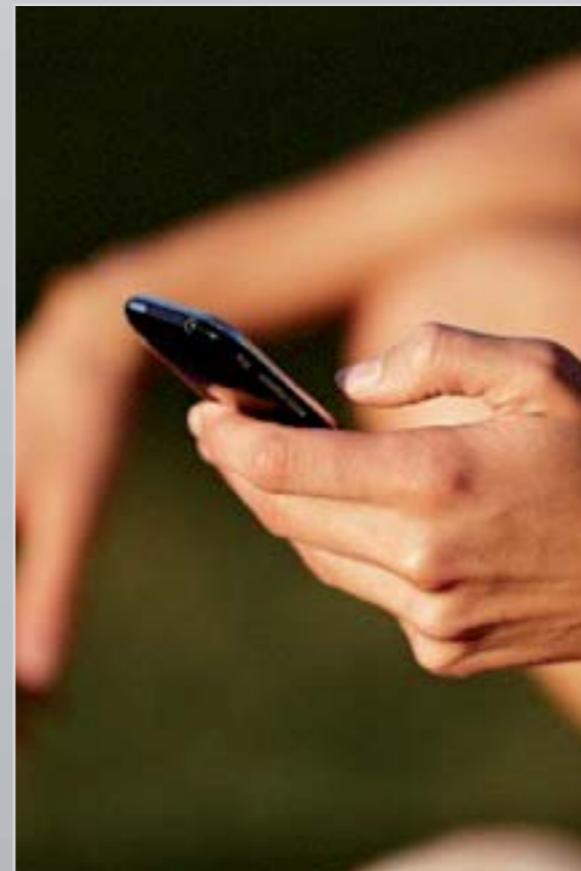
il design



lo sviluppo



testing - debug





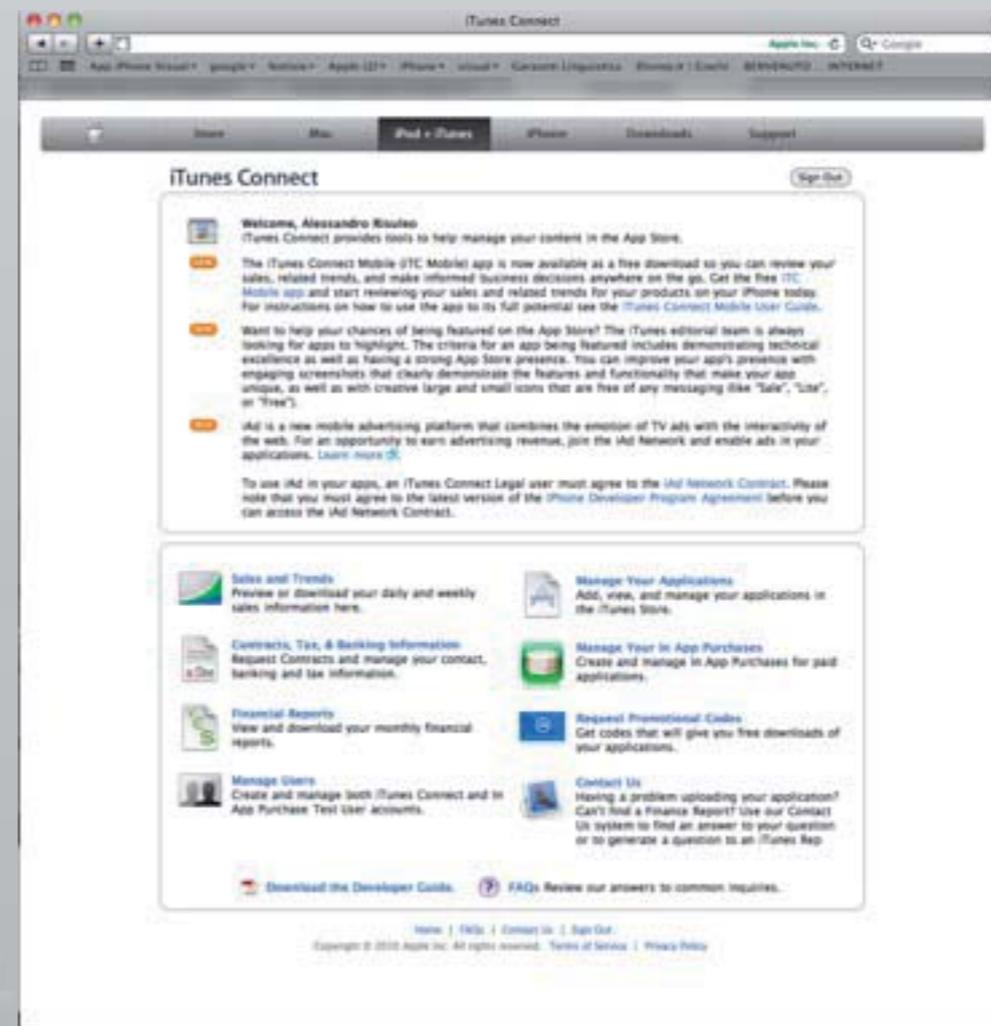
Progettazione

Come funzionano

le applicazioni per iPhone - iPad



iTunes connect





Progettazione

Come funzionano

le applicazioni per iPhone - iPad





Esempi di tipologie di App

Si possono realizzare app con caratteristiche diverse



Panoramica

Tipologie di app

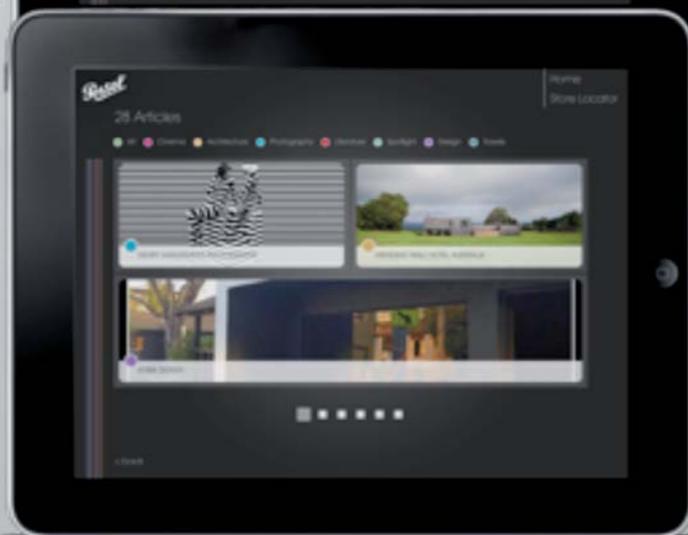
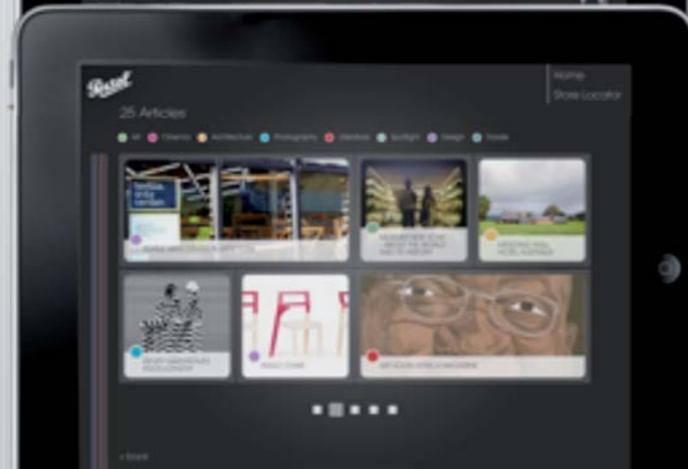
Applicazione web based:

100% basate su di un collegamento dati

- applicazioni di news
- applicazioni con database molto aggiornati
- riviste digitali
- social network

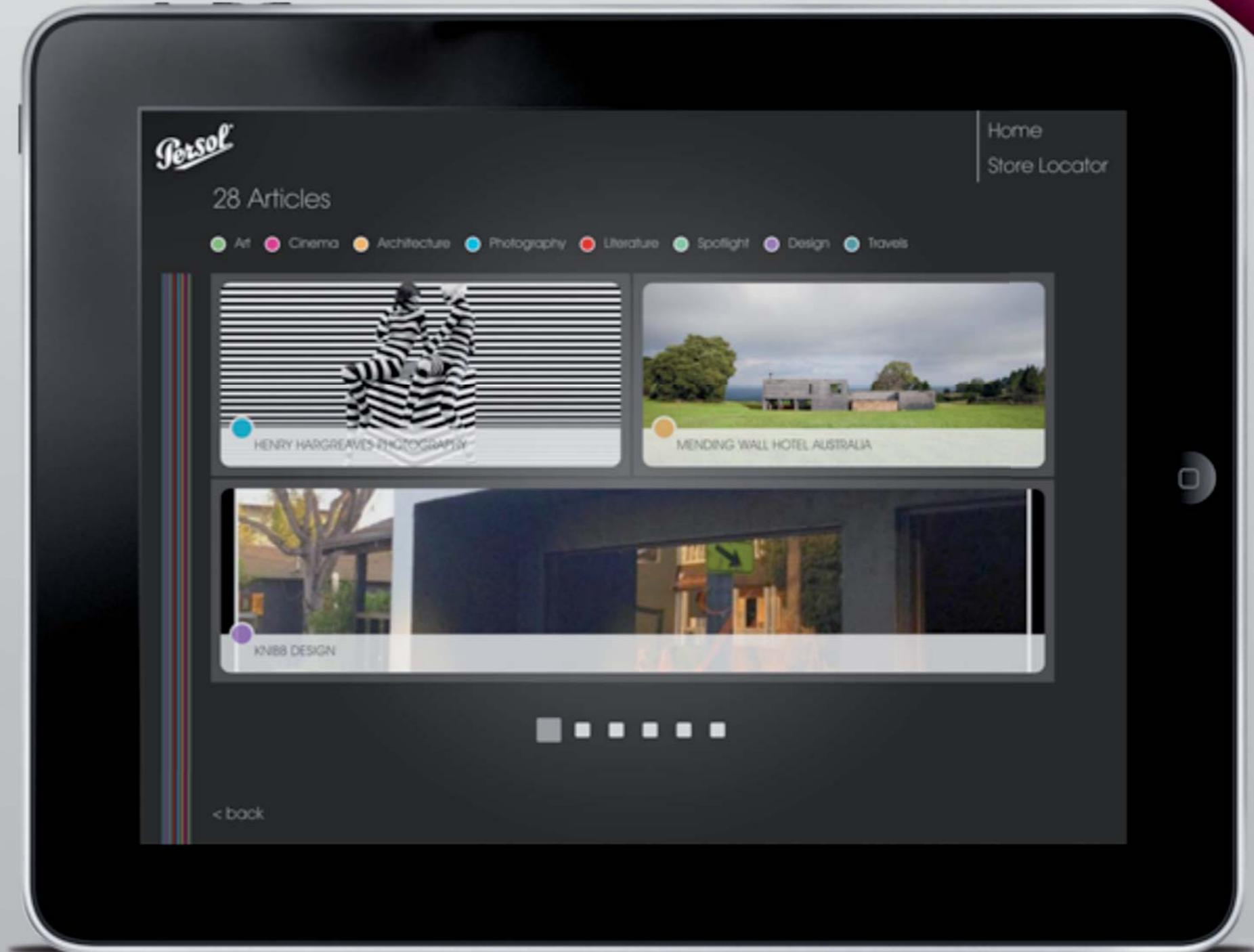
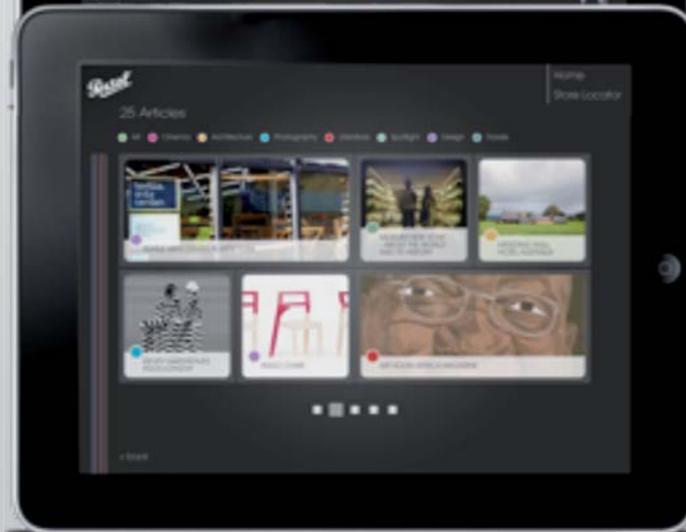


CRAFTED by Persol



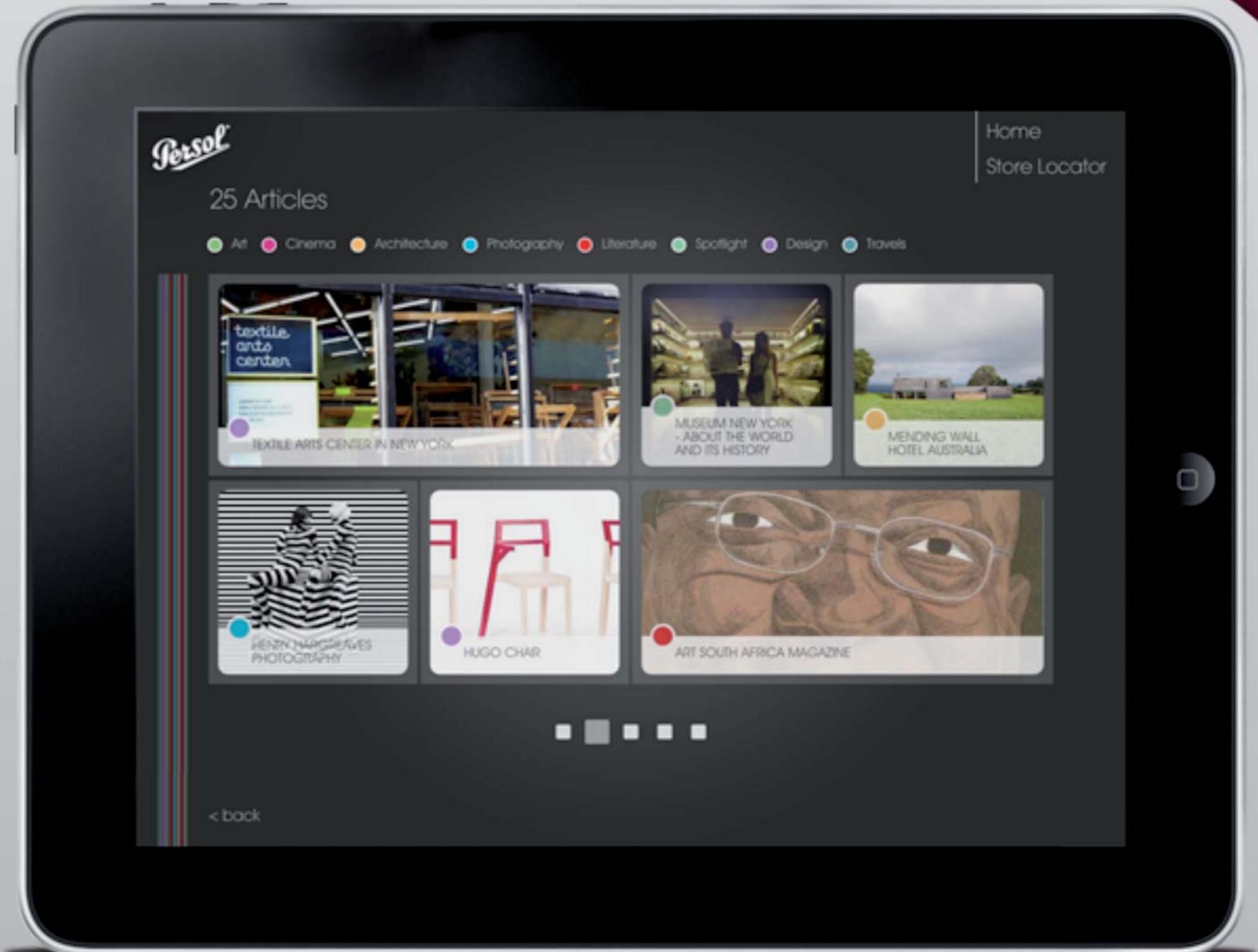
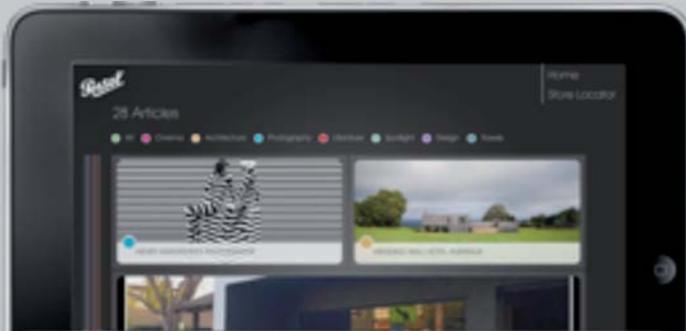


CRAFTED by Persol



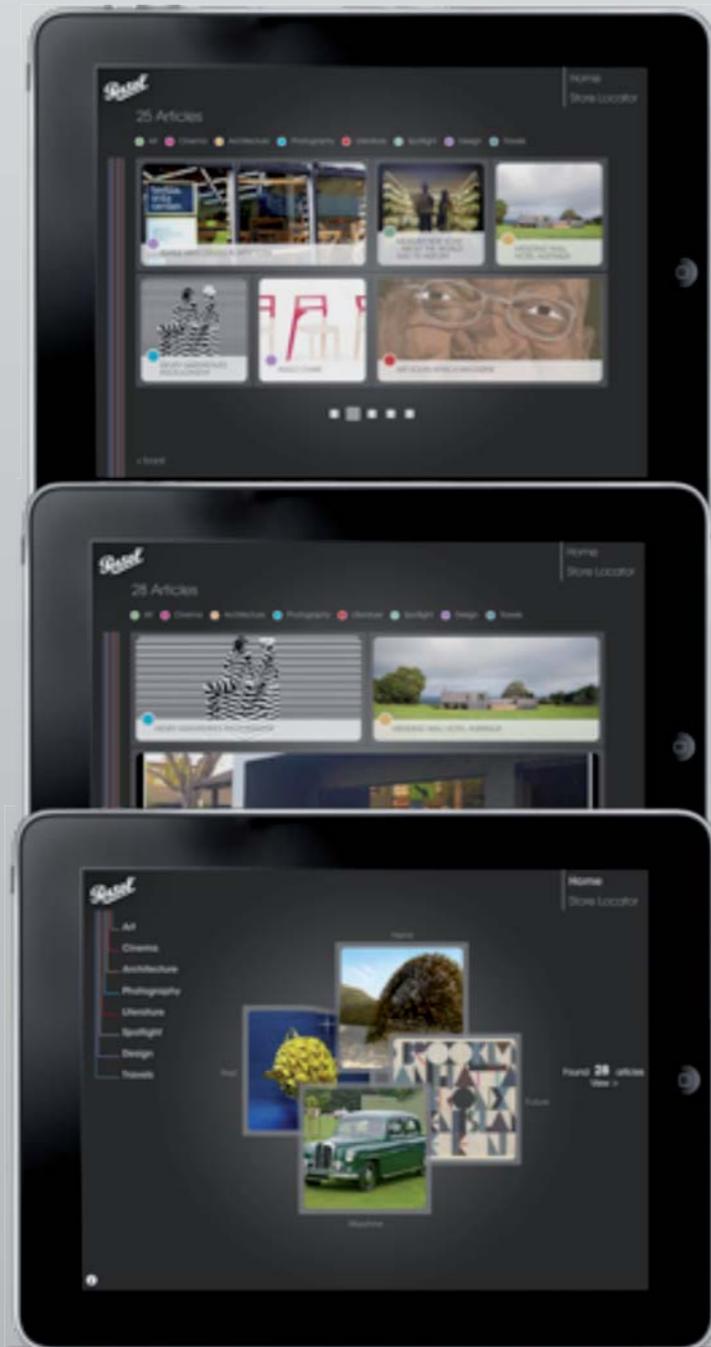


CRAFTED by Persol





CRAFTED by Persol





Panoramica

Tipologie di app

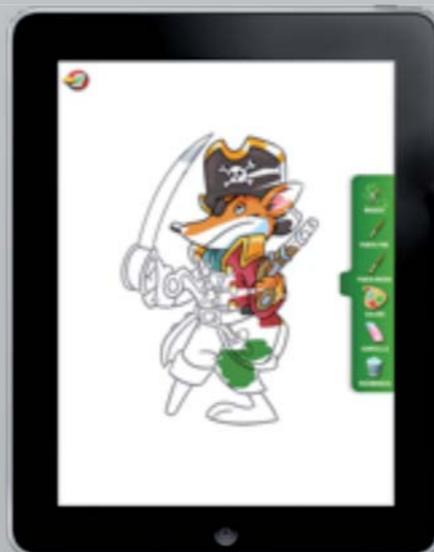
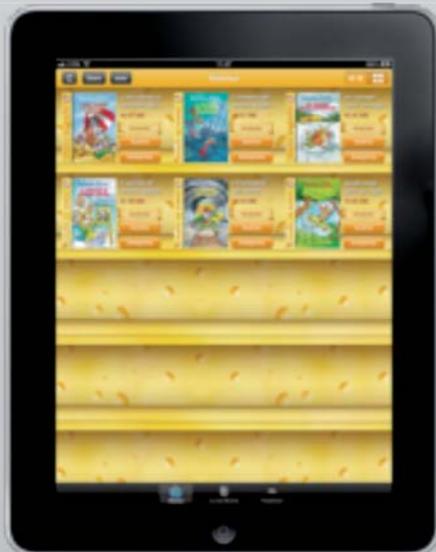
Applicazione stand alone (ibride)

I contenuti principali risiedono all'interno dell'applicazione, utilizzo di connessioni dati solo per news o per esigenze particolari come l'e-commerce (in-app purchase).

- giochi
- utility
- editoria (libri - magazine)

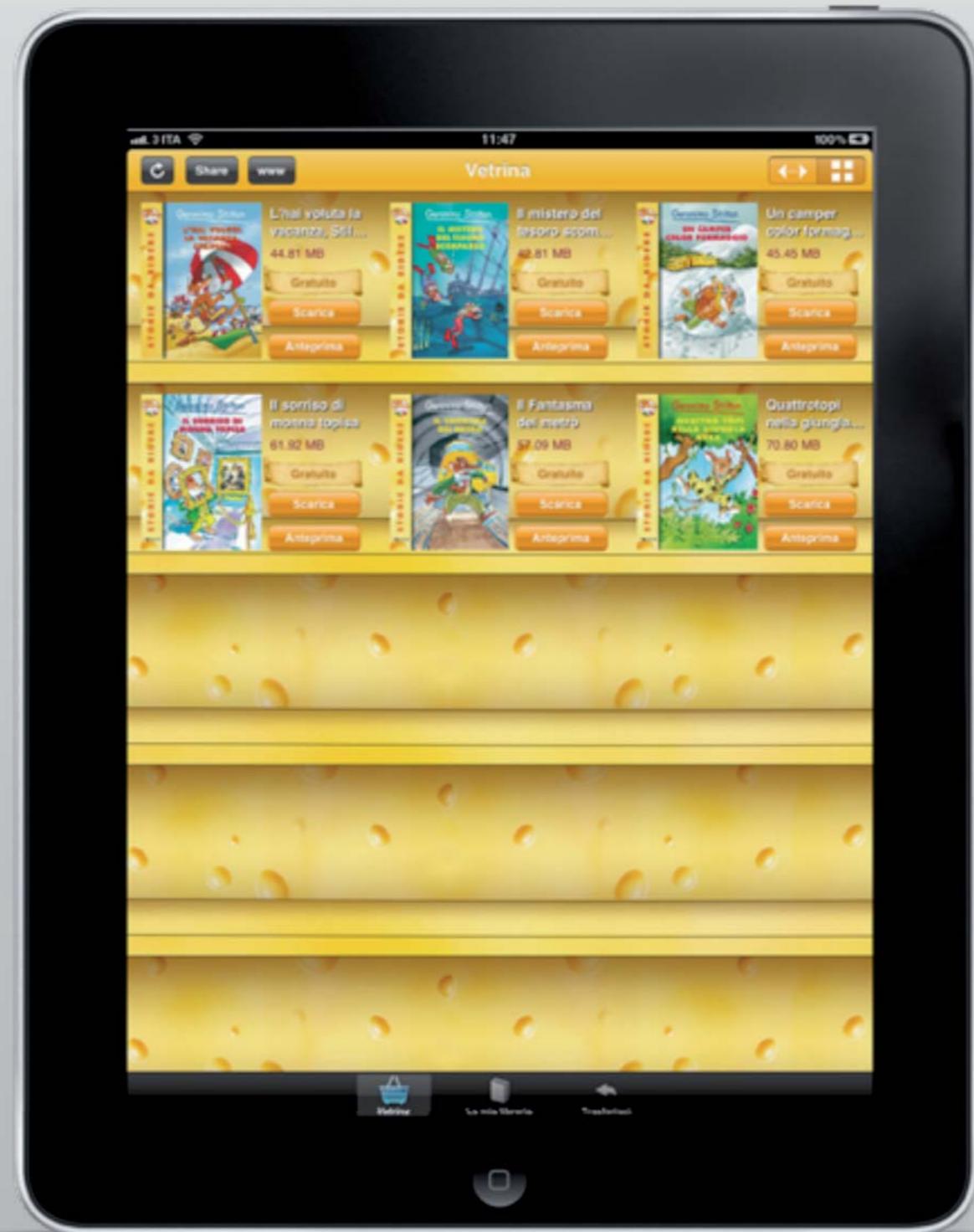
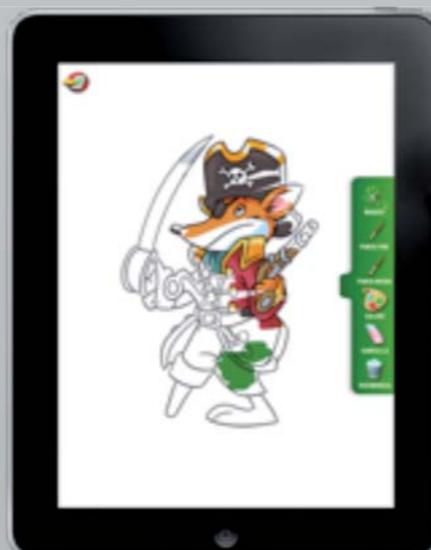
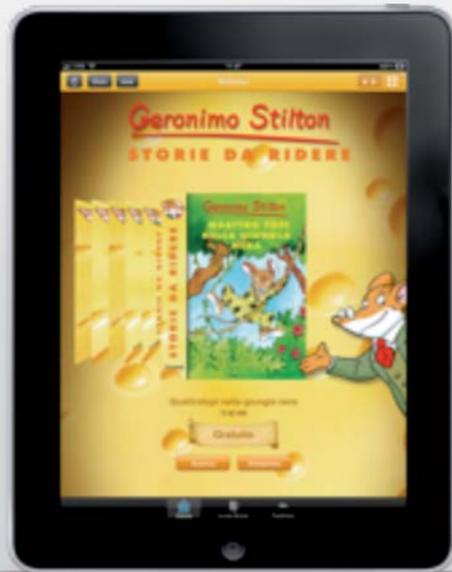


Storie da ridere Geronimo Stilton





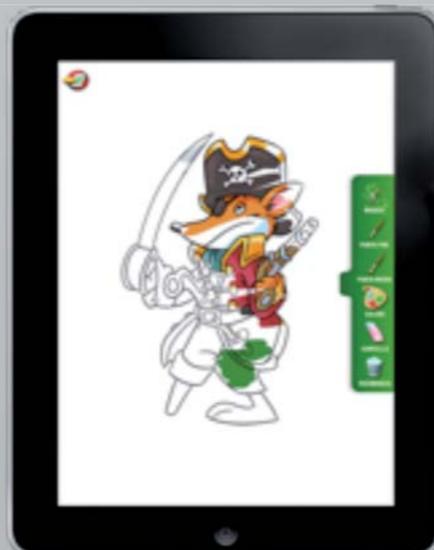
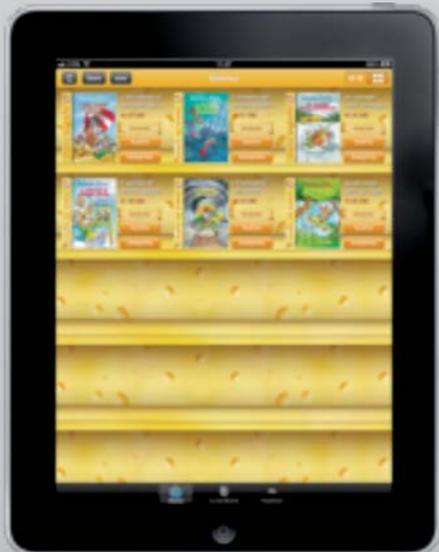
Storie da ridere Geronimo Stilton





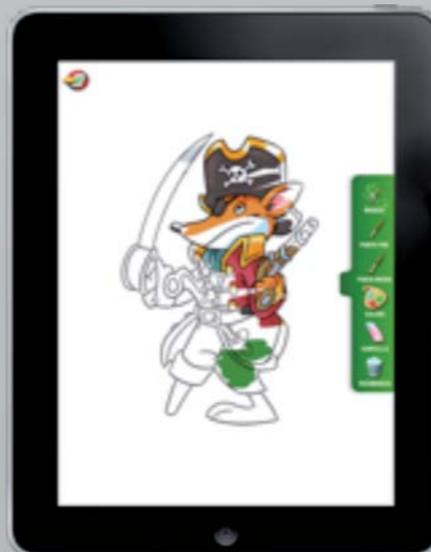
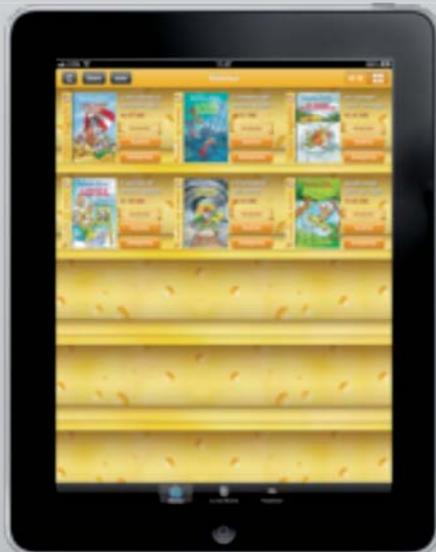
Storie da ridere

Geronimo Stilton



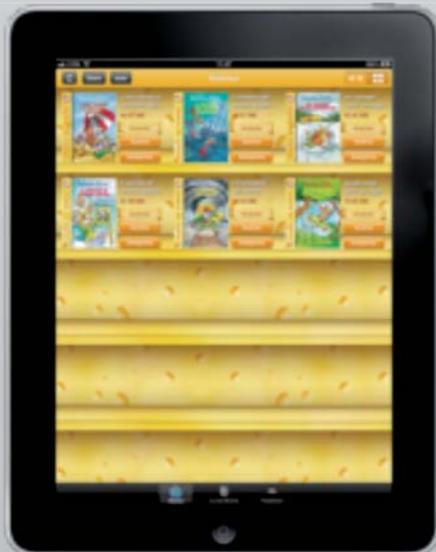


Storie da ridere Geronimo Stilton





Storie da ridere Geronimo Stilton





Winx Card Game Rainbow S.p.A.





Il Marketing

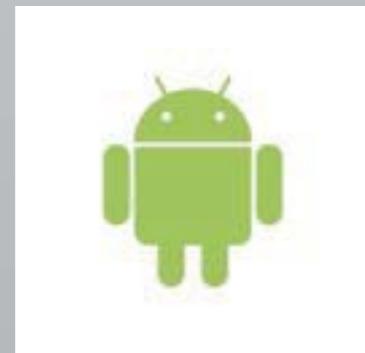
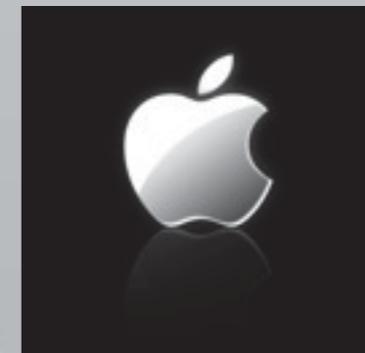
Il marketing convenzionale e non convenzionale

Marketing



Convenzionale e non convenzionale

- Diffusione dei dispositivi mobili esponenziale
Smartphone e Tablet - iOS e Android
Un miliardo - Una persona su 7 ne possiede uno - 400 Milioni di dispositivi iOS
- Milioni di applicazioni esistenti nei vari market
iTunes App Store - Google Play Market
250 Mila applicazioni solo per iPad
- Visibilità poca e limitata



Marketing

Convenzionale e non convenzionale



Il mercato è internazionale

Si vende in tutto il mondo.

PRO

- Strumenti semplici di gestione
- Possibilità di fare analisi marketing
- Costi di distribuzione annullati



Marketing

Convenzionale e non convenzionale



Il mercato è internazionale

Si vende in tutto il mondo.

CONTRO

- Molta concorrenza
- Difficoltà ad ottenere visibilità
- Costi alti per traduzioni e diritti



Marketing



Convenzionale e non convenzionale

Esistono dei metodi certi che danno dei risultati

- Le pubblicità all'interno dello store. Es. iTunes
- La pubblicità nelle app: adMob
- Le classifiche
- I blogger (pubblicità)
- Il passaparola (“viral” inteso come social, community)

REGOLE FONDAMENTALI

- L'applicazione deve essere ben fatta e originale
- Il prezzo deve essere giusto

Marketing

Non convenzionale



FlashMob - MusicMob

Piazza del Popolo Roma:

- 30.000 partecipanti
- 7.000 download



tech