

JOHANNES RIPARTE DOPO L'EMERGENZA CON UN'OFFERTA DI SERVIZI E TECNOLOGIE TUTTA RIMODULATA

27/5/2020 by Laura Buraschi

Johannes, social live agency italiana specializzata nello sviluppo di soluzioni tecnologiche innovative e di progetti custom made per eventi e per il mondo online, a causa dell'emergenza sanitaria ha dovuto in tempi rapidissimi reinventarsi e rimodulare la propria offerta.



Vittorio Castelli

Vittorio Castelli, Co-Founder & Sales Director, racconta a Touchpoint Today: «Siamo partiti, ormai cinque anni fa, con l'idea di offrire ai brand e alle agenzie tecnologie per aumentare l'engagement in occasione degli eventi e unire l'offline con l'online e da lì abbiamo poi iniziato a creare progetti speciali custom per i clienti attraverso una unit dedicata, Johannes lab, che è un vero e proprio laboratorio artigianale di idee per realizzare progetti più elevati. In questi mesi, con l'impossibilità di organizzare eventi fisici, abbiamo rimodulato la nostra offerta: fin dal primo giorno abbiamo messo la testa sullo sviluppo di un software, House | Photo, una nuova attività di engagement online, che abbiamo integrato inizialmente sul nostro sito e poi proposto ai clienti e che permette di avere un photobooth a portata di mano».

Il tool può essere implementato da Johannes direttamente sul sito del brand, in una sezione dedicata o in una landing page creata ad hoc. Una volta che il visitatore accede al sito o alla landing page, viene invitato a entrare virtualmente in un qualsiasi spazio fisico, totalmente personalizzabile dal punto di vista grafico a seconda delle esigenze del brand, e a sperimentare così l'esperienza. L'utente può scattarsi foto one-shot o gif animate oppure realizzare un video, scegliendo tra decine di effetti digitali, filtri colorati e background e ricevere il proprio scatto direttamente via mail, così da poterlo condividere sui social.

«In seguito, abbiamo proseguito il nostro lavoro sulla realtà aumentata, già sperimentata più di un anno fa su alcune nostre tecnologie, e abbiamo lanciato una nuova unit: Star – Stunning Augmented Reality – prosegue Castelli –. Partendo dal presupposto che in Johannes siamo tutti creator, con Star diamo al cliente idee creative per la realizzazione di filtri in augmented reality utilizzabili dai follower sui social (Instagram, Facebook, Snapchat e TikTok) che trasformano le persone in brand ambassador. I filtri non sono solo “divertimento” ma possono essere utilizzati in tanti modi. Oggi anche in Italia si sta iniziando a capirne la potenzialità. Star sta già lavorando a pieno ritmo con un team dedicato di 3 persone tra sviluppatori e grafici 3d e poi con tutta la parte di online».

Un altro aspetto fondamentale dell'attività degli ultimi mesi è che i clienti hanno necessità di sviluppare attività alternative agli eventi. «È nata una vera e propria moda di proporre eventi virtuali, noi abbiamo creato ben due piattaforme, una dedicata al lancio di prodotto in streaming live, l'altra per conferenze e webinar. La differenza rispetto ad altre piattaforme è che possiamo fornire degli “add on”, ad esempio dei tool interattivi, tra gli altri House| Photo, oppure anche funzionalità di “try on” grazie all'intelligenza artificiale, perfetti per i brand beauty e in generale per il mondo luxury, dal momento che ora non è possibile testare i cosmetici negli store o c'è un po' di timore a provare un accessorio qualsiasi, come ad esempio un paio di occhiali».

Tutte queste novità potranno certamente avere un utilizzo anche una volta superata l'emergenza: «Abbiamo fatto un investimento di tempo guardando verso il futuro perché crediamo che queste attività, in particolare la parte dedicata ai filtri, funzionerà moltissimo. A breve, infatti, saremo in grado di realizzare per i brand qualsiasi progetto utilizzando la realtà aumentata in maniera live, come ad esempio per campagne adv su strada o esperienze totalmente immersive negli store».

Tra le aziende con cui Johannes sta già lavorando sulle nuove attività, ce ne sono in particolare una del settore cosmetica per un progetto di Star, un marchio automotive che ha appena tenuto un evento in live streaming sulla piattaforma con oltre 1.000 partecipanti e un'azienda che si occupa di salute degli animali per il tool House | Photo.

Johannes aveva chiuso il 2019 con un fatturato in crescita del 35%: «Un dato importante e anche nei primi mesi del 2020 abbiamo avuto una crescita considerevole, del 40% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso», conclude Castelli.