

Het einde van de saaie billboards

25-08-2015 12:35

Marketingbureau M&C Saatchi heeft een billboard ontwikkeld dat zijn content aanpast aan de reacties van winkelend publiek. Met een ingebouwde camera worden de gezichtsuitdrukkingen gemeten. Een shopper die neutraal kijkt, ziet de content niet nog een keer. De pilotperiode in Londen is afgelopen weekend afgerond en de resultaten zijn nog geanalyseerd, maar chieft innovation officer David Cox ziet wel wat in de technologie. "We denken niet dat er een minder ruimte komt voor creativiteit, maar we weten dat technologie een grotere rol gaat spelen in wat we doen", zegt hij tegen Campaign Magazine.