



Arnd Schöter
Business Development Manager, bluepill Group

een actie in de virtuele werelden vereist een "engagement op lange termijn".

» Eerste stappen in Second Life met bluepill

Het in 2004 opgerichte consultingbedrijf bluepill Group heeft zich toegespitst op de mogelijkheden die de virtuele werelden bieden op vlak van marketing, samenwerking, communicatie, onderwijs en vorming, enz. bluepill heeft bijvoorbeeld spelers zoals Brussels Airlines en Keytrade Bank geholpen bij het zetten van hun eerste schreden in "Second Life". In beide gevallen was het niet enkel de bedoeling om ervoor te zorgen dat de klant zichtbaar was, maar dat er ook een toegevoegde waarde gebracht werd voor de inwoners van dit virtuele universum - een terrein waar de bedrijven vandaag de dag zo'n beetje hetzelfde tegenaan kijken als tien jaar geleden tegen het internet, zo meent Arnd Schöter (Business Development Manager bij bluepill - een knipoog naar "The Matrix"). Zij blijven nu echter voorzichtiger op vlak van investeringen.

A. Schöter blijft eerder sceptisch tegenover de passieve promotieacties. Hij schetst hoe er spelers zijn die zich beperken tot campagnes met affiches in SL: "zij bezitten netwerken met reclameborden, die zij per week huren. Het is tamelijk goedkoop om zoiets te doen, maar het succesgehalte is bijna nul. De mensen hebben geen zin om in een virtuele wereld zulke panelen te bekijken of erop te klikken."

Voor A. Schöter heeft een actie enkel zin

en werpt zij vruchten af als er iets extra's gebracht wordt voor de inwoners. Dit aspect is wel van belang, want het betekent dat een actie binnen SL bijvoorbeeld veel langer ondersteund moet worden dan de enkele weken of maanden die een promotionele website blijft bestaan, gelanceerd in het kader van een in tijd beperkte campagne. "Het is een engagement op lange termijn", vat A. Schöter samen.

Virtuele wereld, reële economie

Voor Keytrade Bank had bluepill het idee van een kleine conversiemodule voorgesteld, waarmee men berekenen kan hoeveel een bedrag in Linden Dollars (de munt van SL) waard is in euro of andere munteenheden. Een Amerikaanse dollar is 269 Linden dollars waard, en dus kent de Linden een muntontwaarding tegenover de euro: een gegeven waarmee rekening gehouden wordt, vermits de module de wisselkoers in real time up-to-date houdt. De oprichters van bluepill hebben trouwens al in 2004 de mogelijkheden van SL voorvoeld. Mogelijkheden die o.a. voortvloeien uit het feit dat dit universum een echte economie heeft, en dat er echte geldtransfers geschieden tussen SL en de echte wereld. Er zijn natuurlijk nog beperkingen. Zo heeft Dell een online winkel

gelanceerd in SL, waar men zo goed als alles doen kan, behalve... betalen. Wanneer de gebruiker de configuratie van zijn machine samengesteld heeft net zoals hij zou doen op de gewone site van Dell, klikt hij op een link die hem naar site van Dell brengt, waar hij enkel nog de vereiste gegevens voor de betaling moet ingeven. Volgens A. Schöter is er in theorie niets dat een betaling via SL in de weg staat; Dell heeft waarschijnlijk hiervan afgezien omwille van de kosten die op het spel staan en de wettelijke onzekerheden. Het is niet de enige interface tussen SL en echte wereld: Nokia heeft onlangs een systeem voorgesteld waarmee men rechtstreeks SMS'jes kan versturen naar gebruikers die online zijn in SL: het is de avatar die de boodschap ontvangt.

bluepill heeft ook een project uitgewerkt voor Brussels Airlines, in samenwerking met Emakina: een kleine roepassing waarmee de inwoners een beoordeling kunnen geven aan de plaatsen in SL. De toepassing werd in juni gelanceerd en werd ondertussen al door meer dan 30.000 personen gebruikt. Een website begeleidt het initiatief: hier kan men de Top 10 van de "place to be" locaties in SL zien. A. Schöter aarzelt niet om een plaats op te eisen in de top 10 van de beste projecten die tot nu toe in SL gerealiseerd werden.

Eric Mahieu