

Sylwester Korga*

WYKORZYSTANIE SYSTEMU FLASH MX DO WIZUALIZACJI CECH PRODUKTU NA PRZYKŁADZIE DOBORU KOLORYSTYKI I GEOMETRII KÓŁ SAMOCHODU

Streszczenie. Przedstawiono sposoby wykorzystania systemu Flash MX do tworzenia wizualizacji złożonych zadań technicznych. Możliwości programu pokazano na przykładzie wirtualnej oferty dotyczącej zmiany cech produktu – doboru koloru, stylizacji oraz elementów dodatkowych. Wizualizacja ułatwia szybsze podejmowanie decyzji związanej z wyborem konkretnego wariantu wyrobu.

1. WSTĘP

Jednym z podstawowych problemów w procesach wytwarzania wyrobów na rynek jest ich odpowiednie zaprezentowanie potencjalnym klientom. Może to dotyczyć różnych cech danego produktu. Przykładowo, kolorystyki, kształtu doboru różnych elementów składowych produktu.. Np. w motoryzacji kolorystyki poszczególnych elementów czy też kształtu i geometrii felg. By móc wstępnie zobrazować klientowi poszczególne możliwości cech produktu konieczne jest przeprowadzenie analizy wstępnej. Przedstawienie różnych połączeń komponentów w produkcji ułatwia klientom wybór przy zakupie auta jak również daje możliwość wirtualnego zaprezentowania produktów sprzedawcom. Narzędziem, które doskonale nadaje się do rozwiązywania tego typu problemów jest Flash Mx [1, 2, 3]. Zaistniałą problematykę można omówić na przykładzie doboru felg do samochodu. Warunkiem szybkiego i przejrzystego rozwiązania problemu w warunkach wirtualnych jest możliwość rozłożenia projektu na warstwy. Możliwe jest wówczas rozmieszczenie elementów konstrukcyjnych o zmiennych cechach na różnych poziomach warstw programu.

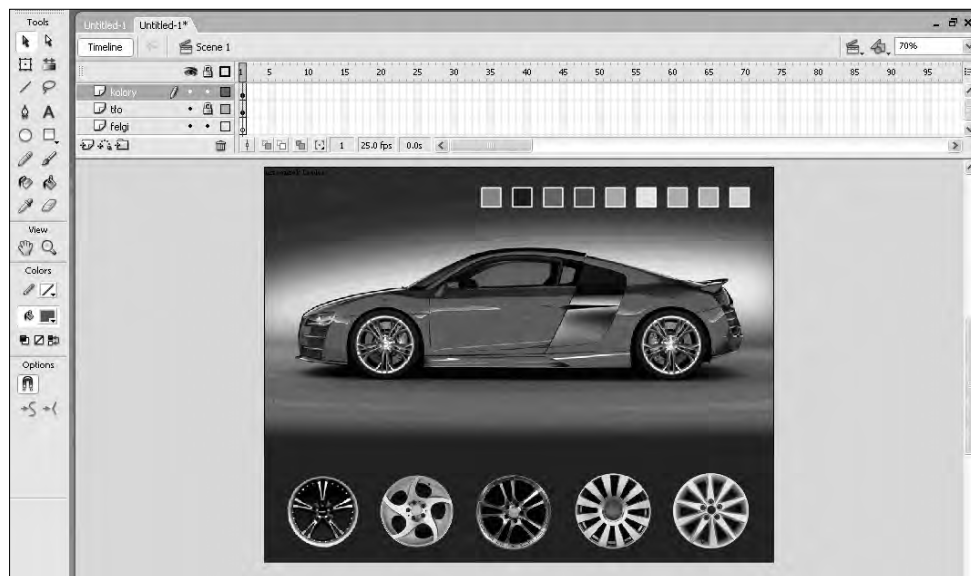
2. OKREŚLENIE STRUKTURY PROGRAMU

Projektowanie formatki programu w dużej mierze zależy od możliwości oprogramowania wykorzystanego do jego budowy. Aplikacja Flash posiada bardzo wygodną możliwość rozłożenia projektu na warstwy i umieszczania poszczególnych jego elementów na różnych poziomach. Korzyści płynące z wykorzystania warstw nie tylko

* Sylwester KORGA – Katedra Podstaw Techniki, Politechnika Lubelska.

przyspieszają ale także ułatwiają pracę. Sposób rozmieszczenia trzech warstw został pokazany na rysunku 1.

Prawidłowo i precyzyjnie skonstruowana aplikacja jest efektywnym narzędziem strategicznym promowania produktów. Dlatego też stworzony projekt musi charakteryzować się spójnością cech wizualnych.



Rys. 1. Rozmieszczenie warstw dla aplikacji

3. TWORZENIE PROGRAMU DLA OFERTY OKREŚLONEGO WYROBU

Prostym przykładem odzwierciedlenia problematyki może być wykorzystanie zagadnień designu samochodowego. Opracowana wizualizacja samochodu powinna odzwierciedlać różnorodne możliwości produkcyjne firmy oraz powinna stanowić integralną część oferty. Funkcjonalność przykładowo tworzonej oferty reklamowej w formie programu umożliwi efektywny i szeroko rozumiany dialog między oferentem a nabywcą. Znaczenie poszczególnych części składowych oferowanego produktu jest zróżnicowane, dlatego trzeba położyć nacisk na różnorodność jego cech np. kolorystyki lub też wyposażenia dodatkowego auta.

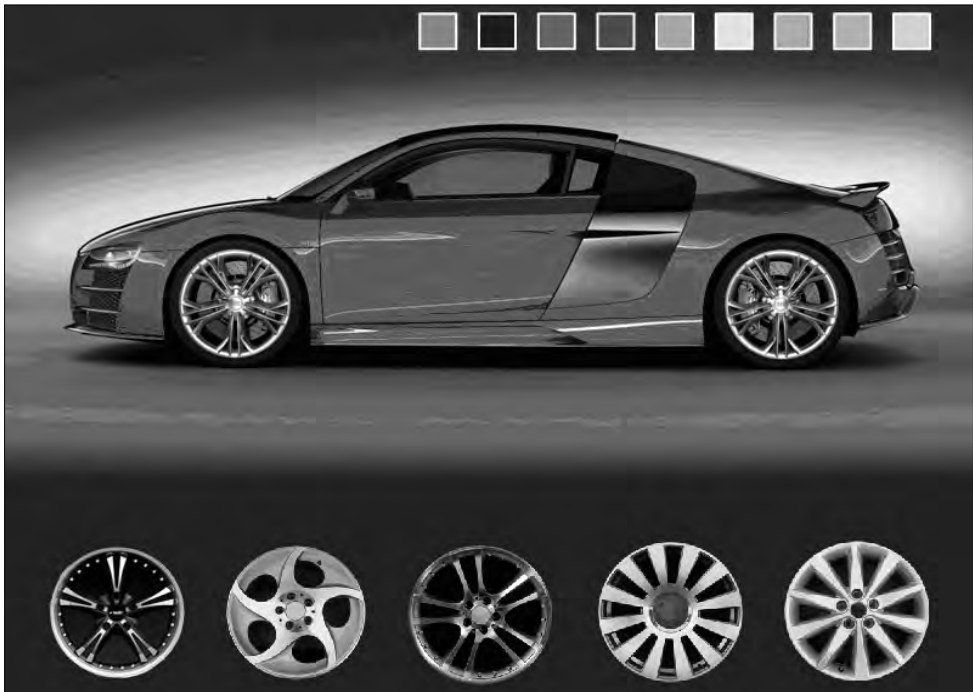
Opracowany projekt materiału reklamowego zanim trafi do klienta musi zostać poddany szczegółowym analizom odbioru. Poszczególne uwarunkowania obiektu muszą zostać zbadane pod względem odbioru komunikatu i rodzaju skojarzeń jakie zostaną odebrane przez odbiorcę.

Jednym z ważniejszych bodźców odbieranych przez psychikę człowieka są kolory. W podanym przykładzie układ kolorystyczny tła został tak stworzony by graficz-

na winieta nakierowywała wzrok odbiorcy na element docelowy. Właściwie użyty kolor może wzmocnić komunikat natomiast jego złe użycie może spowodować utratę zainteresowania ofertą. Oprócz wykorzystania palety barwnej ważne są również komponenty dodatkowe i przejrzysty ich układ.

Przy wyborze produktu i jego komponentów istnieje psychologia kształtów i barw oparta na abstrakcyjnym i emocjonalnym wyborze tych cech, które podobają się klientowi. Istnieją pewne zasady specyficznego postrzegania optycznych kształtów i kolorystyki, które zapadają w świadomości człowieka. W głównej mierze dzieje się to dzięki odmienności produktu lub zespołowi cech które przeistaczają zwykły obiekt w obiekt unikatowy i odmienny względem oferty konkurencji. Odbiór dobranych komponentów auta np. felg i kolorystyki jest różny w zależności od upodobań nabywców dlatego też koniecznością jest budowanie szerokiego asortymentu możliwości sprzedaży.

Ciągłość komunikatów wizualnych przedstawianych klientowi będzie pracowało na korzyść oferty produktu. Oddanie charakteru produktu nie jest łatwe, dlatego też konieczne jest prezentowanie szerokiej gamy oferty by oferowany przedmiot został wybrany przez klienta z pośród wielu podobnych znajdujących się na rynku. Różnorodność cech produktu oraz przedstawienie go w świetle wielu rozwiązań musi zostać powiązana ze strategią rynkową. Przykład wirtualnej oferty dotyczący zmiany cech produktu został pokazany na rysunku 2.



Rys. 2. Aplikacja uwzględniająca różnorodność cech produktu

Przygotowanie oferty spełniającej tego typu wymagania wiąże się z zastosowaniem specjalistycznego oprogramowania. Wykorzystanie oprogramowania Flash daje możliwość łączenia elementów grafiki oraz nadania im funkcji interaktywności. Moduł komponentu leadera wsparty kodem Action Script pozwala wczytywać poszczególne pliki graficzne w zależności od wyboru dokonanego przez użytkownika.

Stworzona aplikacja może być kompilowana na różne formaty tj.: *.swf, *.html, *.exe, *.mov i inne. Dzięki temu może być wykorzystywana jako autonomiczny program, element stron internetowych lub też jako film. Możliwości zastosowania programu Fash Mx jest wiele i zależą one w głównej mierze od wyobraźni i potrzeb twórców projektów. W dobie nieograniczonego dostępu do Internetu oferenci nie mogą sobie pozwolić na niewykorzystywanie tak efektywnego sposobu komunikacji z odbiorcami.

4. PODSUMOWANIE

Wyeksponowanie poszczególnych cech produktu może mieć kluczowe znaczenie podczas sprzedaży i negocjacji cenowych. Konieczne jest wówczas zastosowanie specjalistycznego oprogramowania. Dla celów stworzenia różnorodnych wizualizacji wybrano Flash MX, który doskonale spełnił swoje zadanie. Możliwe jest określenie wyglądu produktu oraz możliwości oferowanych przedmiotów, co jest odpowiedzią na przedstawiony w pracy problem. Ważna jest realizacja poszczególnych kroków opisanych w powyższej pracy, dzięki czemu wyselekcjonowana grupa docelowa może określić czy badany przedmiot spełnia ich wymagania. Możliwości wykorzystania programu dają możliwość zmian koloru lakieru, stylizacji sylwetki oraz komponentów dodatkowych np. felg ma pozwolić potencjalnym klientom szybciej podjąć decyzję dotyczącą wyboru wyrobu.

LITERATURA

1. Bargieł D.: Flash MX w praktyce. Wydawnictwo Helion, 2002.
2. Keating J.: Flash MX, Vademecum profesjonalisty. Wydawnictwo Helion.
3. Kotler P.: Marketing. Wydawnictwo Rebis, 2005.

Using Flash MX for visualization of product mark on example car wheels colour and geometry assortment

Summary

There were proposed the way of use Flash MX system for visualization complicated technical tasks. The possibilities of program were shown on example of virtual offer of alternation product assortment – colour, style and equipment. Decision to choose a proper variant of product made more faster and easier by visualization.