

Story Maps – nowe narzędzie promocji

„Jeden obraz wart więcej niż tysiąc słów” – to chińskie przysłowie wydaje się być wyjątkowo prawdziwe w dzisiejszych czasach. Żyjemy w społeczeństwie obrazkowym, jako medium (nośnik informacji) wolimy obraz od tekstu. Ale jaki obraz jest wart więcej niż tysiąc słów? „Zdjęcie!”, „Film!” – powiedzą współcześni konsumenci. „Mapa!” – krzykną miłośnicy kartografii. Ale czy idealnym rozwiązaniem nie byłoby uzyskanie synergii z połączenia zdjęcia, filmu i mapy? „Story Maps!” – powie Esri.

Era obrazka

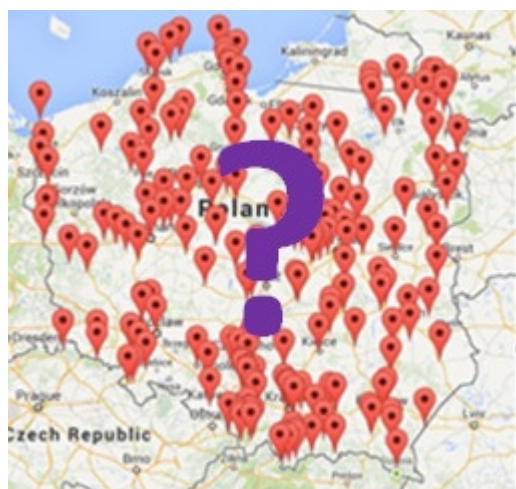
Reportaż czy fotoreportaż? Książka czy film? Podręcznik czy webinarium? Co jest przyjemniejsze w odbiorze? Co wymaga od nas mniej energii? Co zajmuje mniej czasu? Po które medium częściej sięga współczesny konsument? Pomimo wielu zalet wynikających z czytania można śmiało powiedzieć, że to jednak obraz coraz bardziej dominuje w dzisiejszych czasach. Dla nadawcy wniosek jest prosty – aby dotrzeć ze swoim przekazem do odbiorcy, aby sprzedać, wypromować siebie, swoją pasję, artykuł, wdrożenie, oprogramowanie, firmę, należy wykorzystać obraz.

Obraz, ale jaki?

Intrygujący, zabawny, w odpowiedniej palecie kolorów, oryginalny, nietuzinkowy, adekwatny... Można by mnożyć określenia dla „dobrego” zdjęcia czy filmu. Ale „dobry” obraz to obecnie za mało. W dobie ogólnodostępnej elektroniki, smartphonów z aplikacjami do obróbki obrazu, mediów społecznościowych poświęconych fotografii i filmom konkurencja w tej dziedzinie jest ogromna. Czym można się wyróżnić, skoro wszyscy wszystko już widzieli? Podpowiadamy – mapą!

Mapa, ale nie „ospa”

Czy mapa może być atrakcyjna? Przecież w sieci pojawia się ich coraz więcej. Ponadto wiele map, które punktowo prezentują miejsca, obiekty, zjawiska, wygląda jakby miało ospę – prezentują one tylko zbiór porozrzucanych kropek. Taka mapa jest nieczytelna i nieergonomiczna, a przez to nieciekawa. Owszem, po kliknięciu „kropki” pojawia się pop-up z dodatkowymi informacjami, ale dla współczesnego konsumenta jest to już o jedno kliknięcie za dużo. Mapa przykuje uwagę jeśli już na „pierwszej stronie” zaintryguje nas ciekawym zdjęciem; poświęcimy jej więcej czasu, jeśli jej treść będzie czytelnie poukładana w zakładkach. Przeglądanie mapy będzie stanowiło rozrywkę, jeśli nawigowanie po niej odbywa się w niebanalny sposób (np. dzięki zdjęciom). Wszystko to zapewni nam Story Maps.



Story Maps, czyli co?

Story Maps to połączenie interaktywnych map oraz multimedialnych zestaw gotowych szablonów aplikacji działających z wykorzystaniem przeglądarki internetowej, które wyróżniają się wysoką estetyką oraz prostotą użytkowania.

Story Maps pozwala na powiązanie mapy z innymi formami przekazu, takimi jak: tekst, zdjęcie, film czy zapis audio, dzięki czemu możemy nadać geograficzny aspekt niemal każdej historii, jaką chcemy opowiedzieć.

Ile czasu potrzeba, aby stworzyć Story Maps?

Stworzenie aplikacji mapowej na przeglądarkę internetową najczęściej wiąże się z konfiguracją sprzętu, instalacją oprogramowania, napisaniem kodu aplikacji i przeszkoleniem pracownika, który ją będzie obsługiwał. Czynności te potrafią zająć dni czy nawet tygodnie. Inaczej jest w przypadku Story Maps. Narzędzie to działa w ramach platformy ArcGIS Online i korzysta z infrastruktury sprzętowej Esri Inc. poprzez chmurę, dzięki czemu nie wymaga żadnej instalacji po stronie użytkownika. Sama aplikacja Story Maps jest prosta w obsłudze. Do jej utworzenia służy gotowy szablon, który można modyfikować m.in. dzięki graficznemu kreatorowi. Jeżeli mamy przygotowane zdjęcia lub filmy oraz ich opisy, to aplikację można zbudować w kilku krokach. Aby się o tym przekonać, zachęcam do przeczytania artykułu *Kursorem po mapie*, czyli jak stworzyć wirtualną wycieczkę (str.), który opisuje, jak to zrobić.

A ile to kosztuje?

Dla użytkowników, którzy mają wykupiony aktualny serwis licencji ArcGIS for Desktop, opublikowanie Story Maps nie wiąże się z żadnym dodatkowym kosztem – w ramach polisy serwisowej mają oni zapewniony dostęp do subskrypcji ArcGIS Online dla Organizacji.

Aplikację Story Maps można utworzyć także w ramach bezpłatnego konta publicznego ArcGIS Online. Mogą z niego korzystać użytkownicy niekomercyjni, organizacje non profit oraz media.

Media i organizacje prasowe

Zalety Story Maps dostrzegł ostatnio internetowy serwis magazynu Forbes – FORBES.pl, który wykorzystał aplikację ArcGIS Online jako jedną z form prezentacji rankingu 100

największych firm w Polsce.

<http://static.forbes.pl/mapa/index.html>

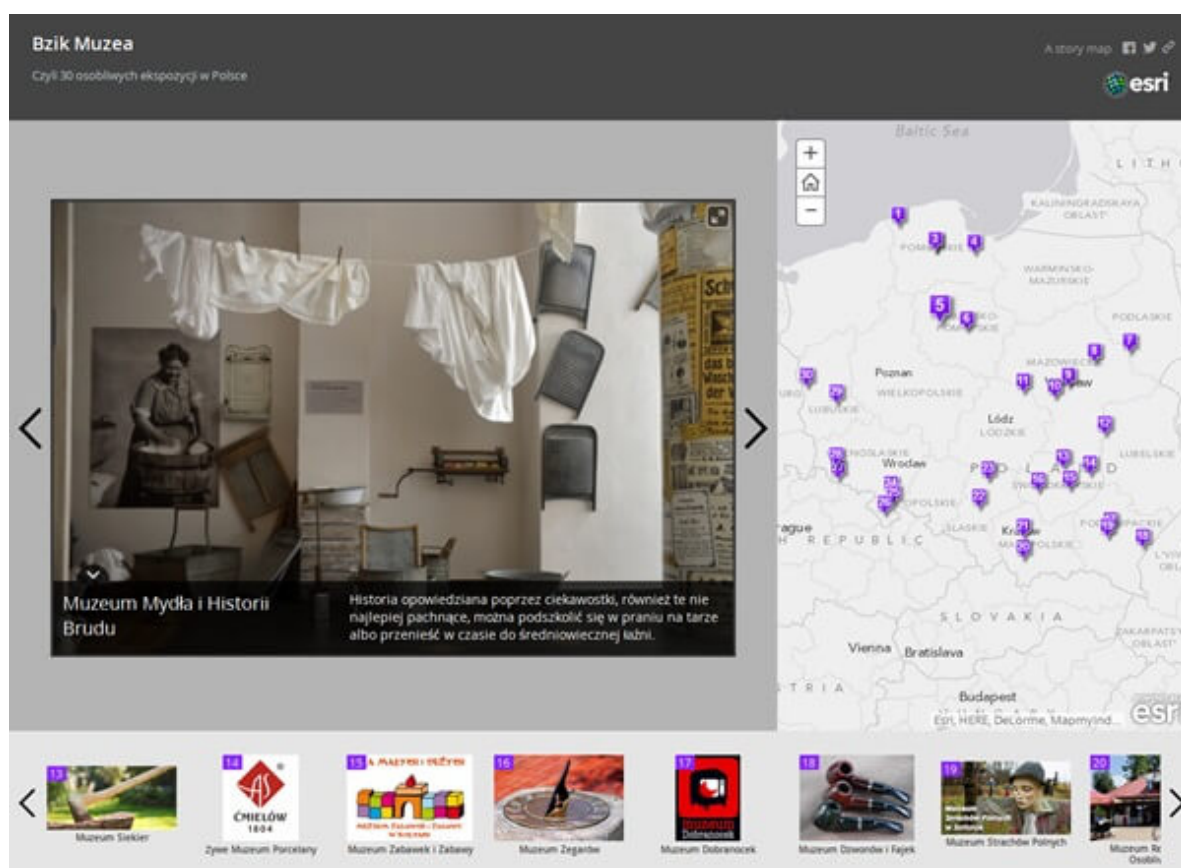


Do czego można wykorzystać Story Maps?

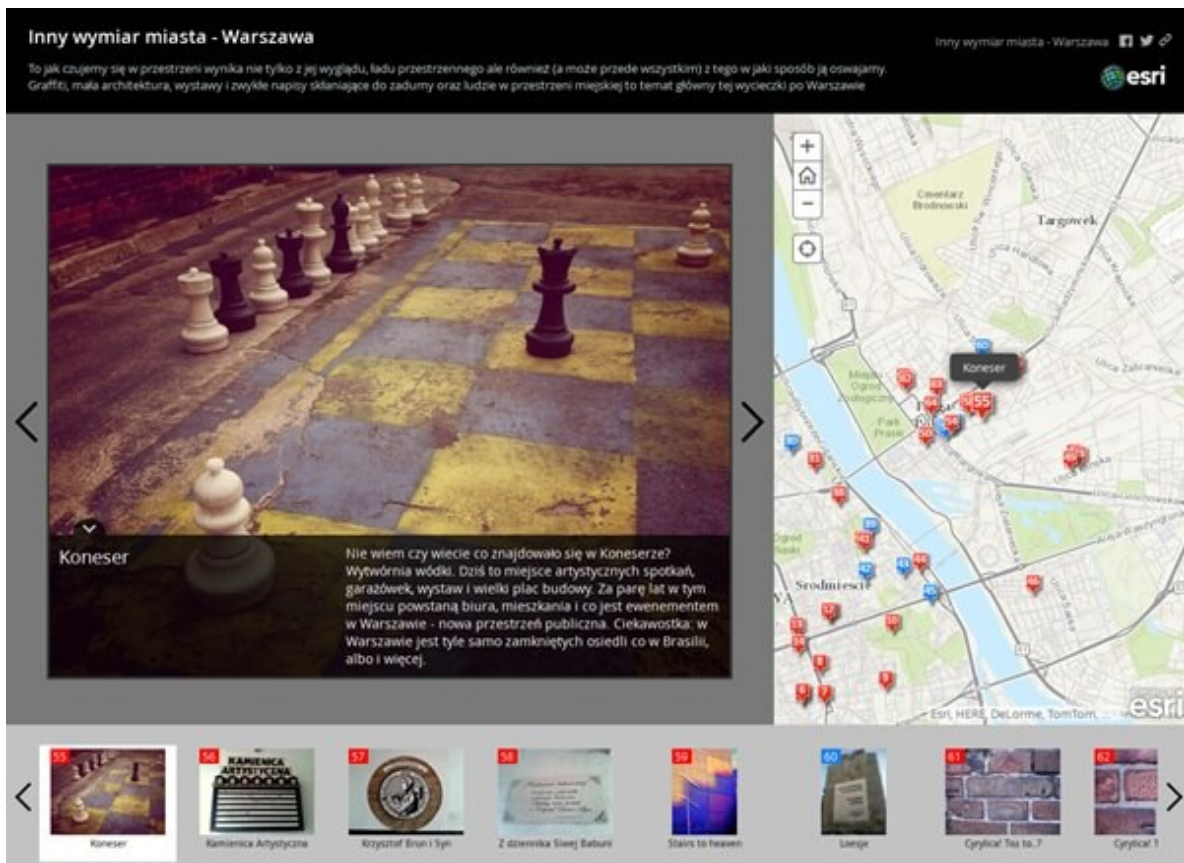
Wykorzystanie mapy w reklamie obiektów turystycznych czy popularyzacji punktów użyteczności publicznej jest zrozumiałe. Ale jak za pomocą mapy promować malarza, klub piłkarski, film, konkurs piękności czy prezydenta? Poprzez wpisanie w wyszukiwarkę na stronie www.arcgis.com/home/ hasła „Story Map” można znaleźć m.in.: mapę lokalizacji galerii z obrazami Picassa, mapę stadionów piłkarskich, na których Borussia Dortmund rozgrywała mecze w ramach Ligi Mistrzów UEFA w sezonie 2012/2013, mapę trasy w Filadelfii, na której filmowy Rocky Balboa trenował przed walką, mapę krajów pochodzenia laureatek Miss Universe czy mapę prezentującą miasta w USA, które odwiedził w 2013 roku Barack Obama. W prezentacji powyższych tematów aspekt lokalizacji nie jest najważniejszy. Może być jednak pretekstem, aby zaprezentować historię w odpowiedni sposób, używając do tego zdjęć i filmów.

Do tej pory wykorzystanie map w celach promocyjnych sprowadzało się do przedstawiania obiektów takich, jak np. szlaki rowerowe czy hotele za pomocą standardowej reprezentacji graficznej (punkty, linie, poligony). Story Maps

pozwała skuteczniej dotrzeć do odbiorców dzięki innowacyjnemu i niezwykle atrakcyjnemu sposobowi prezentacji. Co więcej, możliwość powiązania mapy z innymi formami przekazu stwarza sposobność opowiedzenia niemal każdej historii, a sposób licencjonowania sprawia, że Story Maps jest dostępne dla każdego.



Rys. 1. Aplikacja Story Map przedstawiająca nietypowe muzea w Polsce, która zajęła III miejsce w konkursie Esri Polska na najlepsze Story Maps organizowanym w 2013 roku.



Rys. 2. Aplikacja Story Map.



Rys. 3. Story Map związana z tradycyjnym rękodziełem artystycznym jednego z regionów Wenezueli.