

# Rewolucje w interakcjach

Wymyślił dotykowy ekran, który ma duże szanse, by zrewolucjonizować rynek reklamy.

TouchAD – to nazwa nowego produktu stworzonego przez Marcina Augustynowicza, 27-letniego programistę i doktoranta na Wydziale Elektroniki Politechniki Warszawskiej.

## 25 Wrażliwy na dotyk ekran – co to dokładnie znaczy?

**Marcin Augustynowicz:** Reklama jest bardzo statyczna. Pomijając Internet, każde medium pozwala nam głównie na proste oglądanie reklamy, ewentualnie jej słuchanie. Wykorzystałem więc moją wiedzę i pasję, czyli programowanie. Zaczęłem badać możliwości wchodzenia człowieka w interakcję z komputerem. Ewolucja kolejnych projektów doprowadziła do stworzenia ekranu reagującego na dotyk w wielu punktach jednocześnie. Pozwala to na wchodzenie w interakcję za pomocą kilku palców, a także obu dłoni. Elementy wyświetlone możemy łatwo przesunąć, rozciągać, obracać. Ważne jest to, że z jednego stołu, który nazwałem TouchAD, może korzystać wiele osób jednocześnie. Mogą robić zupełnie różne rzeczy, mogą ze sobą współpracować lub grać w jedną grę. Szczególnie ciekawe jest obserwowanie osób grających, bo grając na jednym urządzeniu, mają bezpośredni kontakt ze sobą. Opracowaną technologię TouchAD umieszczałem w różnych formach, ale ostatecznie powstał stół z dotykowym blatem.

## 25 Do kogo zamierza pan „uderzyć” ze swoim pomysłem?

**MA:** Urządzenie może być umieszczone w pubach i restauracjach. Na ekranie wbudowanym w stół będzie na przykład wyświetlone menu lokalu, a po złożeniu zamówienia mogą być pokazywane dowolne aplikacje w zależności od charakteru danego lokalu. W pubach wyświetlą się gry, w kawiarniach lista artykułów. Klient będzie miał możliwość wyboru tego, co chce zobaczyć. Na podstawie jego działań można określić statystyczny profil użytkownika w danym miejscu. I to moim zdaniem jest siła stołu TouchAD. Znając profil osoby, pokazujemy mu dopasowane reklamy, które mogą mieć formę tradycyjnego klipu, filmu, ale mogą to być również gry, której elementami są promowane produkty.

## 25 Inspirował się pan zagranicznym rynkiem takich usług?

**MA:** Technologia wielopunktowych ekranów dotykowych jest rozwijana w kilku ośrodkach na świecie. Innowacyjny jest mój pomysł połączenia tej technologii z rynkiem reklamy. Nie mam w tej chwili informacji, żeby ktoś próbował ją zastosować w dużej liczbie instalacji.

## 25 Jak pan ocenia potencjał swojego projektu w Polsce?

**MA:** Reklama cały czas ewoluuje. Odchodzi się powoli od kosztownych ulicznych billboardów na rzecz nowoczesnych technologii. Przyszłością reklamy jest jej profilowanie pod kątem danego użytkownika. Dziś na ulicznych monitorach są wyświetlane reklamy ogólne, zależne od miejsca jego usytuowania. Mój projekt pozwala na dobieranie reklamy na podstawie zachowania użytkowników i rzeczywiste badanie liczby kontaktów, dzięki prowadzonym statystykom wykorzystania urządzenia. Z kolei ekspansja na rynki zagraniczne jest możliwa pod warunkiem znalezienia partnerów lub inwestora z wystarczająco zasobnym portfelem.

## 25 Jakie koszty poniósł pan w czasie prac nad projektem?

**MA:** Do tej pory powstało kilka prototypów. Pierwsze działające urządzenie miało kilkanaście cali przekątnej, powstało dwa lata temu. Największy prototyp miał 55 cali. Przetestowałem kilka wariantów urządzenia, kilka różnych koncepcji. Materiały do budowy oraz główne podzespoły kosztowały mnie kilkanaście tysięcy złotych. Do tego trzeba doliczyć setki godzin spędzonych na programowaniu.

## 25 Jaka przyszłość czeka ekran TouchAD?

**MA:** Na osiągnięcie dobrej pozycji na rynku, która pozwoli na zwrot inwestycji, potrzeba około miliona złotych. Takich funduszy nie posiadam, więc założenie własnej firmy nic nie da, tym bardziej, że rozpoczęcie działal-



ności gospodarczej związane jest z utratą stypendium doktoranckiego – aktualnie mojego jedyne stałego źródła dochodów. Regionalne agencje rozwoju dysponują takim kapitałem, ale nie chciały wejść w rynek reklamy. Pozostaje więc szukać prywatnego inwestora.

## 25 Jakie zainteresowanie wzbudza pana projekt w Polsce i na świecie?

**MA:** Udało mi się zainteresować kilku potencjalnych inwestorów, ale nadal poszukuję kapitału, który pozwoli na start. Kilka razy prezentowałem TouchAD, odzew był zawsze bardzo pozytywny. Profesorowie na uczelni, potencjalni inwestorzy, przypadkowe osoby zawsze chciały chociaż na chwilę dotknąć i zobaczyć, jak to działa. Bardzo ciekawe było obserwowanie dzieci. Szybko uczyły się korzystania z tego urządzenia.

## 25 Plany na rozwój? Czy chce się pan skupić na jednym produkcie, czy plany przewidują także inne projekty lub usługi?

**MA:** Po głowie chodzi mi kilka pomysłów, wszystkie są związane z interaktywnymi instalacjami reklamowymi. Następnym krokiem będzie stworzenie interaktywnych witryn, czyli zamiana szyb sklepowych w ekrany dotykowe. Dzięki temu będzie można przejrzeć ofertę sklepu nawet, gdy ten będzie zamknięty, wysłać sobie np. przypomnienie o produkcie. Technologię TouchAD można wykorzystać również do salonów sprzedaży. W salonie samochodowym można wyświetlić model samochodu, dobrać kolor karoserii, tapicerki, wybrać wyposażenie oraz obejrzeć samochód z każdej strony. Mam jeszcze kilka pomysłów na interaktywną reklamę opartą o rozwiązania inne niż TouchAD, ale za wcześniej, by o tym mówić.

Rozmawiał Paweł Słupski