

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

Sara Robertson (Xaxis 颠覆全球副总裁) 与 Krystal Olivieri (群邑和Choreograph 全球首席创新官) 一起展望Web3媒体的未来。通过广告和数据的角度, Krystal 分享了她对未来机会在哪里、可能有什么不同以及朝着“元宇宙向善”努力可能仍然存在哪些挑战的想法。

感谢您的聆听! 我们希望您喜欢这一集。

#stayclassymetaverse

请与他人“分享”并“关注”我们, 以及时了解每一集新剧集。单击[此处](#)了解有关创意转型机构WPP的更多信息。

00 : 00 : 04 斯

蒂芬·比勒陀利乌斯 : 大家去吧。我的名字是 Stephan Pretorius, WPP 的首席技术官, 今天我很高兴欢迎您来到 WPP 元界和更多学院播客, 在那里我们将与来自 WPP 网络的专业人士和来自整个行业的特邀嘉宾讨论广泛的元宇宙和 Web3 相关主题。由于我们涵盖了既定的概念并跟踪了该领域的新发展, 我们希望这个系列具有信息性和启发性。感谢您与我们一起踏上旅程。请坐下来享受另一个关于元宇宙的令人兴奋的讨论等等。

00 : 00 : 41

萨拉·罗伯逊 : 你好, 欢迎回到 WPP 的元宇宙和更多学院。我是你的主人, 萨拉·罗伯逊。今天, 我们将讨论整个我的世界将如何影响媒体。今天和我们在一起的是我们的专家嘉宾, 克里斯塔尔·奥利维耶里。嗨, 克里斯塔尔。

00 : 01 : 01

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 嗨, 萨拉。大家好。谢谢你邀请我。

00 : 01 : 04

萨拉·罗伯逊 : 那么, 克里斯塔尔, 你如何看待元宇宙?

00 : 01 : 07

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 第一个问题真是个问题。

00 : 01 : 10

萨拉·罗伯逊 : 让我们直接开始吧。

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

00 : 01 : 12

克里斯塔尔·奥利维耶里：你怎么看？我认为它即将到来。

00 : 01 : 16

萨拉·罗伯逊：我想任何人都想谈论。右。

00 : 01 : 19

克里斯塔尔·奥利维耶里：确实如此。这实际上非常令人着迷。我认为，你和我一个人在我们广泛的客户和机构中所做的演讲数量可能会让人们感到震惊。所以我会抛弃这些统计数据，但它绝对是最重要的，我觉得它是最重要的，有几个原因。第一，它神秘而酷炫，听起来如此不同，但更广泛地说，这只是转变。我们谈论这个问题就像互联网的转型，能力的转变，以及我们将如何在未来讲故事和与消费者互动一样。所以这很常见。它的一部分已经在这里，我们不能忽视它，这是肯定的。

00 : 02 : 01

萨拉·罗伯逊：好的。让我们快速迈出一步。也许你可以让我们的听众知道你的角色是什么，以及为什么你如此有能力进行关于媒体和元宇宙的对话。

00 : 02 : 17

Krystal Olivieri：我是群邑和Choreograph的全球首席创新官，这意味着我简而言之就是创新。

00 : 02 : 27

Sara Robertson：你应该做一件写着我创新的衬衫。

00 : 02 : 30

克里斯塔尔·奥利维耶里：字面意思。我就是这样向父母解释的。他们说，太好了。但它实际上让我处于一个非常好的位置，它使我们的团队在这样的对话中处于有利位置，因为它实际上触及了媒体，它触及了数据，它非常明显地触及了创造力，我个人不会触及，因为我的身体里没有创造力的骨头。

00 : 02 : 53

萨拉·罗伯逊：但这不公平。

00 : 02 : 56

克里斯塔尔·奥利维耶里：这是事实。没关系。我已经接受了它。

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

00 : 03 : 00

Sara Robertson : 嗯, 创新需要创造力。你必须能够跳出框框思考并破坏旧系统。而且非常有创意。

00 : 03 : 09

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 这是真的。这是真的。因此, 从流程和运营的角度来看, 我完全是颠覆性的。

00 : 03 : 15

萨拉·罗伯逊 : 创意流程制作者。这就是胶水。好热。

00 : 03 : 19

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 我喜欢它。太热了。我认为有了这个头衔和这种期望, 我们预计会对新兴趋势、新兴技术有看法。我想你知道莎拉, 也许是在去年第四季度的演讲, 围绕 NFT 真正开始引起我的注意。但是, 在CES之前进入假日季节, 我想我在大约三周内收到的关于这个主题的入站查询比我收到的关于这个主题的全部内容还要多。元宇宙和 NFT 对我来说真正突出的是, 行业中发生了足够的对话, 媒体上也发生了足够的对话, 我们真的需要能够就它对媒体意味着什么以及它对数据意味着什么以及我们的客户和我们的机构应该如何思考这个领域有一个观点。

00 : 04 : 26

Sara Robertson : 你认为是什么引发了节前的兴趣?

00 : 04 : 32

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 可能是两件事。我想说的是, 扎克决定将品牌重塑为 Meta 绝对是一个转折。我也认为 NFT 空间适合非常深入的草根 NFT 创作者和该领域的热情人士。

00 : 05 : 02

萨拉·罗伯逊 : 我们称自己为邪教。

00 : 05 : 08

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 你们开始有一些非常有趣的媒体, 你知道, NFT 卖了很多钱。它引起了很多关注, 我认为人们对这实际上是什么以及为什么它很重要以及它有所不同有很多困惑。所以有元维基, 有 NFT 热潮, 然后在某些方面, 元宇宙已成为游戏的重振定义。所以你开始看到像Roblox和Fortnite这样已经存在了很久的东西在Z

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

世代和阿尔法世代的参与方面爆炸式增长。我认为这三件事在那一刻结合在一起。我会添加第四个;加密, 去年突然之间, 加密几乎成为主流。

00 : 06 : 03

萨拉·罗伯逊 : 我们都变得富有, 然后我们都变得贫穷。

00 : 06 : 06

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 我们都非常贫穷。包括我自己。我想说的是, 正是这四件事加速了谈话的焦点。你觉得怎么样?

00 : 06 : 20

Sara Robertson : 当 Zuck 宣布这一消息时, 我有点害怕, 因为我来自草根 Web3 原生空间, 我当时想, “哦, 我们的企业霸主来了, 要毁掉一切”。然而, 他的声明确实激发了整个空间, 引起了很多人的谈论, 让很多品牌参与进来, 大量的新创新。去中心化的元宇宙平台真的在他们脚下点燃了一把火, 所以他们必须开始更快地行动。我认为总的来说, 这是一个净积极因素。我仍然不喜欢他把“元”这个词当作自己, 但是有很多很棒的元笑话可以开, 所以最后很有趣。

00 : 07 : 08

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 这是真的。我喜欢这种一线希望。如果不 出意外的话, 这绝对是一种催化剂, 我迫不及待地想听听你的笑话, 但我会把它留到一个 different 播客中。

00 : 07 : 17

Sara Robertson : 嗯, 这通常与肉这个词有关, 因为你只是重新排列字母, 所以你会得到很多入境兴趣, 你必须发展一个观点。我想知道你发展了什么观点, 你是如何得出这个观点的。

00 : 07 : 37

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 是的, 这是一个很好的问题。首先是众包。信不信由你, 一个人无法回答所有这些问题, 而有一个人知道所有事情的神话从根本上是不真实的。我记得打电话、发电子邮件、骚扰像你这样的人和我们行业内的其他人, 甚至还有我们行业外的人开始思考。所以我花了很多假期实际上做了很多研究。有一次, 它就像一份25页的文件。这只是纯粹的音符。太可怕了。但是我真正想把它分成几部分, 对于那些曾经读过我们的一些POV的人来说, 我们从发生了什么开始? 推动正在发生的事情的技术是什么? 我们对未来意味着什么的预测是什么, 品牌如何准备? 我认为非常

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

有趣的是，写这个观点最困难的挑战是把媒体的镜头放在上面。我很容易退后一步，谈论元宇宙中的 Web3 以及这些事情是如何的。我们希望它们能够走到一起，以及今天与十年后和技术进步的影响。当你把媒体镜头放在上面时，它变得很复杂。由于我们需要解压缩的一系列不同原因，它变得复杂。但最终，当您考虑例如 NFT 时;不难理解这是否是一种付费媒体策略，或者这实际上是一种自有媒体策略？我认为这是一种自有媒体的策略。它坐在哪里？萨拉，我看得出来你已经畏缩了。

00 : 09 : 21

Sara Robertson : 它从哪里开始决定我对它的感受？

00 : 09 : 23

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 但是在前面，它在哪里？是品牌忠诚度的盟友吗？我最终到达的地方与我最初在围绕 NFT 的假设中开始我的旅程的地方非常不同;与元宇宙的类似对话。我的意思是，我们会从客户那里得到的第一个问题之一是“我想在元宇宙中激活”。今天没有元宇宙。那你怎么办？那是什么意思？

00 : 09 : 47

Sara Robertson : 这就像说我想在现实世界中激活。

00 : 09 : 53

萨拉·罗伯逊 : 在哪里，如何，何时？为什么？

00 : 09 : 56

克里斯特·奥利维耶里 : 没错。我们的工作帮助阐明并让我们的客户和我们的团队理解这一点。我也很清楚，至少在当今世界，元宇宙中的激活实际上是基于平台形式的游戏系统中的大规模激活。所以Roblox, Fortnite的，它不像运行横幅广告，它更多的是体验式激活。所以所有这些都是很多学习。当你开始把它与它如何破坏媒体以及它将长期扮演的角色联系起来时？这真的很有趣。我们有很多假设，但还有很多未知数，还有很多东西需要建立，才能最终成为主流媒体渠道。

00 : 10 : 46

萨拉·罗伯逊 : 让我听听你的一些假设。

00 : 10 : 52

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 嗯，我喜欢体验式讲故事的概念。是的，我喜欢它。我来自程序化，Sara和我以程序化的方式一起工作。

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

00 : 11 : 10

萨拉·罗伯逊 : 广告网络。

00 : 11 : 12

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 呜！呜呜，呜呜！按照字面。例如，我认为消费者总是不足的一件事是，我们拥有所有这些数据，我们拥有所有这些技术，但我们仍然在投放横幅广告，说七个月前有人把这些鞋子留在购物车里，我们仍然只是跟踪他们，骚扰他们转换那双鞋。

00 : 11 : 36

Sara Robertson : 当我告诉他们我在在线广告工作时，这是任何人问我的唯一一件事。他们说，你为什么还给我看这件T恤？我很尴尬，我们在十年内没有改进重定向策略。只是令人心碎。

00 : 11 : 51

Krystal Olivieri : 我的意思是，我的目标是我们不会在元宇宙中犯这些错误并帮助设计，这是我稍后要说的最令人兴奋的事情之一。但感觉广告并不总是跟上消费者的期望。如您所知，特别是在数字领域，我们在某些领域做得很好。在很多领域，我们本可以做得更好。我们看到监管和隐私下降，因为我们获取了很多人们不理解的数据，我们吓坏了他们。我们跨越了酷和令人毛骨悚然之间的门槛。所以我非常兴奋，因为当我想到元宇宙时，当我们作为 WPP 思考元宇宙时，我们会将其视为构建块。今天不一定一刀切。这是您需要将哪些技术结合在一起来推动某种类型的沉浸式结果或体验。所以未来的想法，不是以编程的方式竞标观众把我的260x350或其他什么，我想象一个世界，我们在某人的车道上放置汽车，或者放在他们太空屋里的笔记本电脑。当观众或人们的化身走过时，我们可以以编程方式竞标其中最好的产品，我们可以开始讲述故事，在我们制作的创意执行中内置更多增强现实功能。我们可以开始支持和发展真正的商业渠道，在那里你看到它，你想要它，你购买它。一切都是集成的，都是安全的。这就是我们今天在Web 2.0世界中拥有一些碎片的世界。我们在这方面肯定取得了进展。这些事情真的让我对 Web3 元宇宙可能成为什么感到兴奋。我也喜欢一种身份从一个地方到另一个地方的想法。我喜欢不需要在 3000 个不同平台上登录 3000 次的概念。我认为这将更加困难，透明，因为我认为你正在与基于网络驱动收入的平台进行一场哲学战争，而不是分散的所有权和流动的身份。但这也让我非常兴奋。从媒体的角度来看，这都是破坏性的，但这些东西让我对未来可能是什么感到兴奋。最

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

后我要说的是，没有重力或任何东西。就像现在一样，互联网是非常二维的，带有一点3D风格。想象一个3D世界，我们可以真正构建一些东西，改变整个体验，无论它是什么，以及我们想象如何与那个东西互动的方式。因此，围绕未来可能是什么，有很多东西需要解开。但这完全取决于我们如何构建它，我认为从我们的角度来看，这真的很令人兴奋。

00 : 14 : 58

Sara Robertson : 我想抓住很多话题。让我看看我能记住哪些。因此，首先，我喜欢可出价产品植入的想法。如果我们能够创建它，这将是一个了不起的解决方案。在这样的世界里，您如何解决测量问题？因为如果你在媒体中长大，你知道每个人都想推动这些 KPI。但是，在身临其境的元宇宙世界中，这甚至会是什么样子？

00 : 15 : 38

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 真是个问题。

00 : 15 : 40

萨拉·罗伯逊 : 我知道我说的是M字。

00 : 15 : 42

Krystal Olivieri : 这很有趣，因为我开玩笑说要不惜一切代价避免测量对话，这实际上会告诉你，我们在某些方面离成为主流还有多远。因为我们知道作为广告商，我们希望能够衡量我们在做什么，无论我们在哪里做。现在，有一些论点认为，我们今天或今天试图衡量的一些方法也不是最好的。

00 : 16 : 07

萨拉·罗伯逊 : 只是有点可疑。

00 : 16 : 09

Krystal Olivieri : 但归根结底，测量是这个难题的重要组成部分。我从一个品牌那里听说他们正在考虑使用二维码来实现实时性。当您看到产品时，您可以在那里购买该产品，扫描二维码，它会将您带到网站。你下载了这个东西。你知道，我认为很多测量可能会在开始时基于这个东西是否在其他地方行驶？我们将不得不考虑与之互动的人之间的联系。如果它开车到别的地方，意识。在某些方面，我想，像元宇宙中的步行流量运动与生活中的步行流量活动一样进行意识应该更容易。我们应该拥有它应该在那里的数据。因此，基础设施尚未全部到位。我也认为像我们这样的某些平台会花时

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

间与平台交谈。我认为我们对如何衡量的概念需要有所不同，因为我们不会完全了解消费者正在做的所有事情。因此，我们需要非常具体地了解我们试图跟踪的结果。但是测量部分是一个大问题，因为您将能够在每个平台上测量相同的across吗？我们现在是否会进入一个世界，我们必须考虑每个生态系统内部的测量，还是会有限制？这些限制是什么？这会很有趣。

00 : 17 : 35

萨拉·罗伯逊：我也担心号召性用语流程。我觉得二维码解决了一个问题，但当你在一个身临其境的元宇宙世界中时，它非常具有破坏性，然后不得不去其他地方完成结账或其他什么。我认为我们真的需要努力尽可能接近这些无缝体验，以实现品牌参与和整个商业流程。

00 : 18 : 07

克里斯塔尔·奥利维耶里：我同意你的看法。作为一个太喜欢网上购物的消费者，我真的不喜欢被重定向的地方。但是，重定向也非常重要，因为这就是品牌收集数据的方式。这就是品牌建立对消费者的理解的方式。我认为有很多好处的地方是，如果这些元宇宙生态词干建立在 Web3 Web3 技术之上。理论上应该允许基于正在完成的活动的数据共享或数据捕获。如果消费者正在与该品牌互动，并希望当场购买该产品，那么该品牌没有理由不能对该区块链交易保持透明度。

00 : 18 : 56

Sara Robertson：假设它是一个基于区块链的元宇宙，其中许多人不是。甚至 Meta 也还没有宣布任何真正的区块链商业整合计划。

00 : 19 : 09

克里斯塔尔·奥利维耶里：所以我认为这就是让我害怕的地方，因为如果元宇宙没有 Web3 Web3 的含义，它实际上只是一种更加身临其境和三维的体验网络的方式，对吧？

00 : 19 : 23

Sara Robertson：这只是一个新频道。这不像一个新的范式。

00 : 19 : 27

克里斯塔尔·奥利维耶里：正确。我认为我们都在努力达到新的范式。

00 : 19 : 30

萨拉·罗伯逊：哦，是的，整个新世界。你在前面提到的我想触及的第二件事是身份体

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

验。我已经生活在这个 Web3 世界中，我开始注意到我的一些行为发生了变化。所以我几乎是一个以太坊大人物。我已经接触过其他一些，但我只是喜欢以太坊中发生的事情，我发现自己选择了我想要专门参与的工具、解决方案和平台，因为它们支持匿名以太坊登录流程。所以我不想给任何人我的电子邮件地址。我不想输入我的真实姓名并验证一些东西。就像我只是不再感兴趣了。它改变了我选择想要参与的平台的方式。现在我有一个工具范围，它有一个前所未有的全新分类。我很好奇这种行为需要多长时间才能影响消费者。就像他们什么时候决定，我不会再使用你了，因为你要我的电子邮件地址，但我觉得它没有那么远。

00 : 20 : 50

Krystal Olivieri : 所以有些人可能知道，大约一年前，也许更长，苹果推出了这个功能，允许你在公司要求你的电子邮件时给他们一个假电子邮件。

00 : 21 : 03

萨拉·罗伯逊 : 哦，我一直在使用它。

00 : 21 : 05

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 我一直在使用它。我认为在某些方面，这可能是因为我们在这个领域受过更多的教育，我们知道正在发生的事情。但我认为，在数据隐私意识方面，Z世代、阿尔法一代的增长将与前几代人大不相同。

00 : 21 : 21

萨拉·罗伯逊 : 这是一个很好的观点。所以他们将本地人，他们天生可疑。

00 : 21 : 26

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 我认为他们天生就会被怀疑。我认为，对于平台和想要收集十年后消费者数据的品牌来说，除非你利用这些数据来真正改善我的体验，否则我认为人们会继续寻找解决方法。现在，这可能是一个折扣。它可能在定制产品中。对我来说，我想我们已经看到很多这样的数据产品弹出，比如告诉我关于你的头发的七件事，我们会为你创建一个定制的洗发水。实际上，这是非常聪明的，因为现在你正在建立与你有直接关系的消费者，你需要知道这个非常复杂的信息。所以这是你自己的面板，加上产品开发。此外，提供数据就像有明显的价值。我认为仅仅为了获取数据而获取数据将变得越来越困难，因为我们都有点怀疑。我们谁都不想一直被跟踪。大规模监控让人感到恐惧。

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

00 : 22 : 34

Sara Robertson : 是的, 但是 参加测验以获得角色化产品一点也不可怕。然而, 现在我们在这个播客上谈论它, 我有点紧张。

00 : 22 : 45

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 你做到了吗? 你最近这样做了吗?

00 : 22 : 47

萨拉·罗伯逊 : 我做到了。今天早上我报名了没有m。你听说过 Noom吗? 这就像热门的新减肥应用程序, 它被心理证明什么的。就像一个 50个问题的 测验, 你必须回答你的活动, 你的习惯或其他什么。我只是很高兴地想, 当然, 你知道我的一切。现在我想, 我确定我进入了一个重定向池。

00 : 23 : 18

Krystal Olivieri : 我的意思是, 如果一个品牌很聪明, 他们希望以真正有利于你的方式使用这些数据。这就像你听我说了很多萨拉, 仅仅因为你可以并不意味着你应该。布兰德利用收集这些数据的特权, 因为它会很有趣, 我可以代表我自己的经验。像你一样, 我对以太坊世界没有那么深, 因为基本上我做的不多, 就像我不是我不是像你一样的铁杆计算机书。我希望我是。但是, 如果有一种方法让我使用中继电子邮件, 那不是我真正的电子邮件。我正在使用中继电子邮件。95%的时间。除非突然之间它给我带来了一个问题, 就像我为我买衣服的应用程序所做的那样。然后我需要归还一些东西。我意识到那是链条为我断裂的那一刻, 我需要给他们我的真实电子邮件。但在这一点上, 我是一个消费者。我一直在使用他们的东西。他们不妨有我的真实电子邮件。因此, 看到我每天如何解决这个问题, 从心理上讲真的很有意思。我非常清楚我为什么做出这些决定的动机。

00 : 24 : 23

萨拉·罗伯逊 : 我喜欢 它。所以你认为我的意思是, 在这次谈话中, 我只是要给你所有加载的问题, 知道没有好的答案, 我们只是猜测。

00 : 24 : 36

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 我做了什么来伤害你萨拉?

00 : 24 : 38

Sara Robertson : 这是一个猜测播客。媒体将何去何从? 就像, 我想我们都觉得横幅广告的死亡就在眼前, 但十年又十年地继续生存。我看到一些新的初创公司正在元宇宙

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

中创建广告牌，现在你可以用一个新的横幅广告填充它们，这个广告完全适合广告牌，最终它将是可竞价和程序化的等等，这有点酷。我对此有点兴奋，但我也很难过，我们只是复制了横幅。在这个新世界中，媒体还能去哪里，也应该去哪里？

00 : 25 : 26

克里斯塔尔·奥利维耶里：所以这是一个如此沉重的问题。但你知道这一点，你已经做好了准备。我认为我们对媒体有所了解。第一，消费者的消费习惯正在发生变化，尤其是Z世代、阿尔法世代。他们喜欢高影响力、简短的东西。教我如何烹饪菲力牛排，但不要花超过8秒的时间去做。所以这就像我们在新世界中遇到的高影响力、低注意力的温泉。媒体人想看就看什么。当他们想体验事物时，他们会体验事物。我的意思是，我要无耻地承认，我爱卡戴珊一家，就像这可能是我最糟糕的事情之一。

00 : 26 : 05

萨拉·罗伯逊：我永远不会把你当作卡戴珊的情人。

00 : 26 : 07

克里斯塔尔·奥利维耶里：这让我非常生气，以至于我每周只能看一次节目。就像给我整个赛季一样。

00 : 26 : 13

Sara Robertson：你可以在每个社交媒体平台上整天观看它们。

00 : 26 : 18

Krystal Olivieri：这真的是另一个社会实验，我真的比什么都感兴趣。我认为消费者，我看到世界正在进入超级应用程序，就像消费者希望把所有时间都花在这些地方，他们可以在内容、商业等之间获得尽可能多的东西，而不必从一个地方到另一个地方。在今天，这并不完全存在。我们已经看到平台试图做到这一点。它真的不存在。元宇宙是第一个可能真正大规模存在的潜在麦加，我认为这非常令人兴奋。我想谈谈你的广告牌评论，因为我们显然谈到了像动态超级沉浸式体验的放置这样的程序化。我们看到弹出窗口正在发生。我的意思是，很多品牌都在与Roblox合作。我认为Gucci正在做非常酷的事情。我们已经讨论过了，耐克正在做很酷的事情。我们已经在这些平台内讨论过它。如果元宇宙中会有广告牌。我希望它像哈利·波特一样。就像广告牌应该移动一样。你知道霍格沃茨的哈利波特中的图片是如何移动的。我希望图片是移动的。

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

00 : 27 : 29

萨拉·罗伯逊 : 是的。回到喜欢整条鲨鱼进来吃掉他的地方。

00 : 27 : 32

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 是的, 没错。广告牌能打扰你吗? 比如, 如果我穿着一个品牌而不是另一个品牌走过, 广告牌会不会像, “你为什么 不穿我的品牌服装?” “喜欢, 可以

广告牌与你互动吗? 你知道, 在当今世界吗? 不。但是, 我们不要仅仅为了建造广告牌而建造广告牌。让我们想想广告牌今天不能做的事情, 它可以在元宇宙中做。这让我很兴奋。这就是所有这些东西可以聚集在一起的地方, 它可以变得非常奇怪。是的。

00 : 28 : 05

Sara Robertson : 作为一个广告书, 这绝对让我很兴奋。作为一个科幻书, 感觉非常反乌托邦。我想是, 我想说的是少数派报告, 有一个场景是汤姆克鲁斯在商场里走来走去, 当他走过时, 所有这些全息图化身都在嘘他, 作为一个消费者, 这听起来并不好玩。我认为这是因为我不相信这些品牌真的会制作出有趣、有趣和有趣的内容。我想这只是有人对我大喊大叫我的口红。

00 : 28 : 44

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 是的, 没有人在生活中需要这种消极情绪。我的想法更像是, 好吧, 所以我认为一个品牌正在出现。我想, 退后一步。我们在媒体中也注意到的一件事是, 人们在不同的平台上是不同的。在一个也许有一个元宇宙统治他们的世界里, 一切都会有所不同。但是今天我们需要考虑出现在不同领域的角色。它非常有弹性。Wendy's 一直是我在 Twitter 上看到的品牌之一, 他们有一个角色烤婴儿。他们在那里呼唤自己和其他所有快餐公司。他们还有一个版本的温迪, 在 Twitch 内部, 她的头像玩不同的游戏, 然后有一个 Twitch 频道, 谈论他们, 喜欢真的很有竞争力。这些都符合 Wendy's 在顶部的品牌价值, 但它是有弹性的, 而且是真实的。我真的可以通过玩游戏来合理化, 看到温蒂作为化身弹出, 加入我的游戏。我会想, 哦, 是的, 她疯了。欢迎。

00 : 29 : 58

萨拉·罗伯逊 : 顺便说一下, 这就像世界上最吃力不讨好的工作。成为社交媒体经理。

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

所以想象一下，现在你必须成为元宇宙媒体经理，你必须永远在线。你必须有一个一致的声音。你必须有持续的能量。就像这是一项艰巨的工作。

00 : 30 : 14

克里斯塔尔·奥利维耶里：这是一项非常艰巨的工作。对我来说，当我们选择我们的品牌时，我想，不要只是为了进入而进入。这实际上是一个事情仍在发展的时刻。了解这些技术，了解这些技术的功能，它们可以支持的用例，不仅仅是你现在看到的炒作，而是它可以帮助你构建的潜力，然后弄清楚如何以一种忠于你的品牌但忠于这些平台中的人的方式真实地进入这些空间。因为它回到了我们对怀疑论者的观点，比如如果理论是人们会更加意识到在X和Y中收集的数据，他们也更加了解广告，而影响者之所以是当今媒体中如此热门的渠道，是因为你选择了你喜欢的影响者，你选择你信任的人，你与他们建立信任，然后他们告诉你他们每周使用三次一些面部产品，你说，我要去买那个面部产品，因为我喜欢这个影响者，它对他们有用。他们为什么要叫我买？所以我认为消费者会更加意识到这一点。所以，是的，如果广告牌就像，买我的鞋子，买我的鞋子，你知道，我在想，吃掉我，吃掉我，就像你看到的那样。

00 : 31 : 28

萨拉·罗伯特的儿子：会很有趣。如果只是一个大汉堡包，那就吃我吧。我会说，是的。

00 : 31 : 36

克里斯塔尔·奥利维耶里：是的。但如果是口红，比如，冷静下来。我认为这将是真正重要的，但隐喻中没有重力，没有时间之外的规则。时间是我们无法摆脱的一件事。让我们考虑一下在 2.0 世界或现实世界中最有效的学习和事物，并将它们带入元宇宙。但以一种对元宇宙来说是真实的方式。

00 : 32 : 03

萨拉·罗伯逊：所以我喜欢温迪的例子。到目前为止，你能想到任何其他品牌在元宇宙中进行了聪明、有趣或真实的激活吗？

00 : 32 : 19

Krystal Olivieri：因此，如果我们引入大都会厌恶的定义，包括游戏。

00 : 32 : 23

萨拉·罗伯逊：我们可以，我们可以做任何我们想做的事。

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

00 : 32 : 27

克里斯塔尔·奥利维耶里：我最喜欢的故事之一是 汉堡王赞助了英国最糟糕的足球联赛之一。我猜他们排名垫底，斯蒂夫尼奇。他们是斯蒂夫尼奇的赞助商，在他们的球衣上得到他们的标志，汉堡包。但是现在，当你进入任何像FIFA这样的体育比赛时，如果你选择斯蒂夫尼奇，你的球衣上就有汉堡包，这样你就可以穿着汉堡王球衣，就像其他人可能没有得到的非常棒的players一样。人们真的很喜欢这一点。我们看到斯蒂夫尼奇被选为国际足联的顶级球队之一。我不记得确切的统计数据，但我认为这实际上是关于现实世界和虚拟世界的交叉，以及品牌如何找出两者之间的平衡。我认为这是一个非常聪明的现实世界 游戏，具有长期的元宇宙影响，对品牌非常有价值。所以我真的很喜欢。

00 : 33 : 37

萨拉·罗伯逊：这是一个超级有趣的问题。我非常喜欢。

00 : 33 : 40

克里斯塔尔·奥利维耶里：你见过你真正喜欢的是什么？

00 : 33 : 43

萨拉·罗伯逊：好的。所以我最喜欢的一个，which 不是一个 1, 000, 000 美元的项目，但它不在 NFT 领域。所以每个人都知道无聊的猿是谁。当然，它们是最大、最受欢迎的 NFT 集合。还有另一个叫做 10KTF 的 NFT 集合，就是这个家伙是个小裁缝。他有自己的裁缝店。他出售的 NFT 就像线轴和空白织物，您可以将它们与您自己的 NFT 结合使用，以创建一个带有您的无聊猿或其他东西的自定义背包。所以这两个独立的品牌已经存在了一段时间。它们在 Web3 原生空间中非常受欢迎。然后 Gucci 出现了，Gucci 说：“如果我们与 10KTF 合作，给他们 Gucci 面料和 Gucci 标志，这样现在你就可以使用 Gucci 创建自定义 NFT 会怎样？这变得疯狂了。很多人买了它。由此产生的艺术令人难以置信。他们在艺术指导方面确实做得很好。但我喜欢的是，他们不只是放弃自己的系列或只是给无聊的猿系列剥皮，他们实际上创造了一个故事，就像，我们这个小裁缝，他将在Gucci产品中创造艺术家。你将能够给你的猿穿上它们。这一切都在这次美妙的经历中融合在一起。

00 : 35 : 14

克里斯塔尔·奥利维耶里：就像高级时装遇上元宇宙

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

00 : 35 : 16

萨拉·罗伯逊 : 是的, 没错。

00 : 35 : 18

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 是的, 我喜欢这个。因为关于Gucci的这也说明了他们的组织内部或建议的人, 他们深入了解正在发生的事情的文化。如果我们退后一步, 谈论广告多样性, 情况几乎是一样的, 就像事情很容易偏离轨道, 不真实, 有时甚至是冒犯性的, 如果你不了解文化, 如果你没有人在生活和呼吸它, 帮助发展它。在某些方面, 我觉得品牌在过去十年中经历了这些学习, 以确保它们更具代表性, 它们更具差异性, 但它们是真实的。这种真实性需要无处不在。世界上有充满激情的亚文化, 他们非常专注于使 Web3 成为现实, 非常专注于确保它改变我们与互联网互动的方式, 尤其是今天。你如何向这些受众展示, 你如何吸引这些受众, 以及你如何不像另一个品牌激活, 而是真实地在其中。如果这是你想吸引的观众, 我认为这是一个非常有趣的学习和需要注意的事情。

00 : 36 : 40

萨拉·罗伯逊 : 好的。因此, 既然我们已经确定了真实性的重要性。让我尝试挑战这一想法。所以我和几个品牌进行了同样的对话, 因为他们想探索这个元宇宙空间, 总感觉它来到了一个岔路口, 你需要做出决定, 那就是, 你的受众是 Web3 原生社区, 你正试图让 NFT 和加密者购买你的产品, 还是您正在 Web3 中做某事并试图加入一堆规范? 比如, 你是要大规模采用现有的受众, 还是要去这个你知道痴迷于它的利基微型群体? 我不知道正确的 answer, 我觉得当你试图吸引本地人群时, 真实性比你试图销售大规模采用时更重要。您仍然需要对自己的品牌保持真实性, 但在现有的平台形式中, 您是否是真实的就不那么重要了。你觉得怎么样?

00 : 38 : 01

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 这是一个非常有趣的话题。我注意到一些 NFT 创作者在去年推出了收藏品, 你可以用信用卡购买它们。

00 : 38 : 19

萨拉·罗伯逊 : 每个人都想这样做。

00 : 38 : 21

Krystal Olivieri : 他们没有链接到任何区块链。实际上。

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

00 : 38 : 24

萨拉·罗伯逊 : 这是一个“NFT”。亲爱的听众，你看不到视频，但我正在做空气报价。

00 : 38 : 31

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 字面意思。我对此有点挣扎，因为我想，你为什么不去弄清楚如何改造品牌忠诚度，给人们邮票，像收藏品这样的东西，无论你能做什么，而不需要称之为 NFT。这对我来说又回到了 NFT 的基础，就像它是区块链的核心技术加上加密货币结合在一起，再加上你可以开始向其添加数字资产的增量价值。这就是从会员到所有权的转变。对我来说，这是最强大的东西。我经常使用 Soho House 来比较 NFT 和会员资格之间的区别。你知道，Soho House，你购买的会员资格，名额有限，但最终你会把它还给它。Soho House 将谁从下一个得到它货币化。如果你不能忠于为什么创建 NFT 的基础的核心命题以及所有权的运动，我现在很难理解激活的长期价值。话虽如此，我知道在某些领域，比如我认为漫威电影从他们所做的事情中得到了很多选择，他们用信用卡做到了。我认为品牌在这个领域做错了实际上有很大的风险。他们可能感觉不到，但反弹可能是巨大的。所以这是我想说的领域之一，如果你还没有准备好进入，或者如果你觉得你对此感到害怕，让我们退后一步。让我们弄清楚为什么，让我们弄清楚这是否是最好的方法和利用你的时间，因为显然有测试，这非常重要。但我确实相信，特别是对于 Z 世代来说，阿尔法世代世界的真实性将是关键，尤其是在他们已经开始的注意力非常短的情况下。

00 : 40 : 39

萨拉·罗伯逊 : 好的，水晶。是时候向你投下大炸弹了。

00 : 40 : 43

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 我很害怕，萨拉。

00 : 40 : 46

Sara Robertson : 作为广告专业人士，我们一直在关注饼干的死亡.....

00 : 40 : 54

KRystal Olivieri : 你看不到我翻白眼。但我翻了个白眼。

00 : 40 : 59

萨拉·罗伯逊 : 因为谁知道饼干的死亡何时真正到来。所以现在我们可以看到钱包的兴起。我知道你有一句名言，你已经说过很多次了，那就是.....

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

00 : 41 : 17

克里斯塔尔·奥利维耶里：仅仅因为你可以，并不意味着你应该这样做。

00 : 41 : 19

萨拉·罗伯逊：没错。我是一名工程师，所以我经常因为热爱技术而做事。我可以做得更快、更好、更神奇。我已经可以想象出这么多伟大的，伟大的广告商。我可以用钱包做的事情，对吧？整个区块链数据都是公开的。每笔交易都在那里供我阅读、分析和索引。

00 : 42 : 04

克里斯塔尔·奥利维耶里：我会让你说话的。

00 : 42 : 05

萨拉·罗伯逊：你现在让我挖自己的坟墓。

00 : 42 : 08

克里斯塔尔·奥利维耶里：那把铲子很尖。

00 : 42 : 12

萨拉·罗伯逊：事情是这样的。我不会这样做，因为我了解你，我相信你。当你说只是因为你可以，并不意味着你应该。你知道，WPP和GroupM也是非常道德的。你知道，我们已经做了很多道德的事情，我们不会滥用区块链赋予我们的权力。但是这个领域有很多很多的参与者已经在创建钱包标签数据库和钱包细分，瞄准解决方案。你知道会发生什么。我觉得监管还有很长的路要走，因为我们知道这需要多长时间才能实现。坏人会起来蚕食好演员的所作所为。我们将面临一个决定，竞争与否。

00 : 43 : 07

克里斯塔尔·奥利维耶里：这个话题让我感到害怕。

00 : 43 : 09

萨拉·罗伯逊：应该的。

00 : 43 : 11

克里斯塔尔·奥利维耶里：确实如此。有几件事。我听说过钱包列表公司。在某些方面，我又回到了你身上一秒钟。你刚刚告诉我你在以太坊上，因为你不想让人们知道你的名字。你不想让别人知道关于你的任何事情。你只是希望能够匿名做你想做的事情。所以试图将钱包连接到人，等等，等等。顺着列表下来，建立那个数据库有点违背它。这是矛盾的，因为在某些方面，我们说区块链是完全透明的。然而，什么

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

是透明的，令牌，ID，交易是透明的，但是关于这个人的所有信息以及他们用它做什么，等等，等等，理论上不需要。这只是一个账本，对吧？

00 : 44 : 07

萨拉·罗伯逊：所以对我来说感觉不那么可怕，因为我的真名没有附在上面。我的电子邮件地址，我的家庭住址，我的社交安全号码，我的照片，我的脸。这个钱包上没有任何东西是我的。钱包只是我的数字表示，因此我对数据感到不那么珍贵。

00 : 44 : 30

克里斯塔尔·奥利维耶里：但这是一个钱包。

00 : 44 : 32

Sara Robertson：我的意思是，这只是我们用来形容它的一个词。这真的是一个私钥。我想我应该关心我的私钥。

00 : 44 : 43

克里斯塔尔·奥利维耶里：这是你的钱。我知道我们现在都是加密货币，但希望我们不是永远的加密货币贫乏。

00 : 44 : 51

Sara Robertson：所以事实是，如果我们到达一个有坏人抓取区块链数据的世界，我会使用工具，使我能够拥有一个燃烧器钱包系统，我会使用像龙卷风现金这样的匿名者。一旦我们通过这场诉讼击败了美国证券交易委员会，那将是一场猫捉老鼠的游戏，你一直在努力比数据收集者领先一步。我觉得我宁愿在那个我有代理权的世界里玩，也不愿在旧的饼干世界中玩，因为我无法控制我的数据的去向或谁使用它，或者当我想要切换到新的刻录机身份时。你不能在 Web 2.0 中做到这一点。

00 : 45 : 39

克里斯塔尔·奥利维耶里：所以。我的观点是，到处都有坏人，我们应该，当他们走低时，我们应该走高。但在所有现实中，我们必须支持一些核心原则和一些核心信念。有监管，显然GDPR确实管理着这个领域，尽管加密等的概念在许多市场上不受监管。可用于针对任何 1 对 1 的单个标识符的列受到保护。这是GDPR的一部分。因此，我确实认为，当我们进入这个领域时，有一些先例可以遵循这些规定。对我来说，它变得有趣的地方，我一直在思考的是，我是一个做下降的品牌，如果你每 X 天就有我的 NFT，我会向你发送一个新产品，或者你获得高级访问权限。所以现在我有你的钱包信息，但我也需要你的名字。我还需要您的电子邮件。我还需要您的地址才能向您发送

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

该产品，否则该产品到底如何到达您手中？我只是认为品牌需要以很大的特权和非常保护的方式对待它，因为从我的角度来看，它可以变得非常有趣，而且它都应该带有品牌标签。我的观点。我不认为钱包应该是我们重新分发回精神的信息。你知道，现在不应该这样。有些人会争辩说钱包比散列电子邮件更糟糕。我不是来辩论这个问题的。我要说的是，你的钱包与你的资产息息相关。这是您的私钥。归根结底，它是私有的。所以我真的不希望人们拥有它。我猜你的电子邮件，就像那仍然是个人信息一样。我认为整个行业已经建立起来，就像他们会收到我的电子邮件一样。因此，品牌在收集这些数据时需要考虑很多问题。这些数据的哪些部分对他们来说是私密的和核心的，而不是他们愿意扩展到这个生态系统中的哪些数据？再说一次，顺便说一句，我不知道，我也不是隐私专家，我只是真正关心数据道德，所以我只想拥有免责声明。但我觉得非常有趣的另一件事，我们已经讨论过一点了，那就是线条在哪里？因为我不想说我们应该像那样愚蠢地处理数据。我们不是在使用数据。如果我拥有 NFT，现在我有一堆信息，包括钱包。我可以分析拥有我的 NFT 的人正在购买的其他 NFT 以开始更多地了解它们吗？这就是今天的购买行为版本。

00 : 48 : 29

Sara Robertson : 所以已经有分析平台可以做这样的事情。例如，有一种叫做蓝筹股指数的东西，在那里你可以查看任何收藏，看看他们的持有者拥有蓝筹股的百分比。这个想法是，这表明这个新的新兴系列可能是 hot，因为一群无聊的猿类拥有它。而且已经出现了 KPI，还记得广告技术刚开始的时候，CPC 成为统治它们的东西。

00 : 49 : 04

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 一分钟都很热。

00 : 49 : 05

Sara Robertson : 是的，我们很高兴看到这些指标出现在 Web3 中并成为标准，尽管它们就像对真相的粗略代理。这是我们唯一拥有的东西，所以每个人都坚持下去。

00 : 49 : 19

Krystal Olivieri : 是的，它实际上说明了更大的事情，我就是治理，我认为这是最有趣的领域之一，也是我知道的乐趣之一。

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

00 : 49 : 32

萨拉·罗伯逊：谁会这么说。我在DAO做治理，前几天我想，治理不是很有趣吗？每个人都像没有。

00 : 49 : 48

克里斯塔尔·奥利维耶里：我喜欢治理。我认为这说明了我们的建议我们任何一个品牌做的最重要的事情之一，尤其是在接触任何与 Web3 相关的内容之前。如果你想去 Roblox 玩，这是一回事，尤其是在 Web3 世界中，建立一个治理委员会，让你的隐私团队、你的商业团队、所有不同的团队聚集在一起理解其影响，因为这是一个如此创新的时代、一个颠覆性的时代和一个新兴的时代，标准 rds 还没有真正存在，有很多漏洞或很多变化。基于我们在旧世界中的习惯以及我们在这个新的迭代中刚刚学到的东西。所以对我来说，特别是当品牌开始考虑如何将这一点更多地融入我的媒体实践中，或者我如何将它们更多地融入我的品牌形象时？这是我推荐的一件大事；设立治理委员会。

00 : 50 : 41

Sara Robertson：所以我喜欢这个建议，但我可以想象，要组建一个对这个新兴领域一无所知的治理委员会是多么困难。很难找到愿意深入研究加密货币并理解它的律师。是金融。人们甚至根本不想看它。你会如何建立一个治理委员会，在这样一个新兴的领域给你很好的建议？

00 : 51 : 17

克里斯塔尔·奥利维耶里：好吧，我将代表 WPP 发言。我想我真的非常惊喜地发现，我们的高管们如此迅速地靠进来，我们的律师靠进来，我们的财务团队在招聘和确保你雇用的人时，帮助我们解决这个问题，确保你雇用的是好奇、解决问题和渴望的人。我知道我们既有利用外部顾问，也有真正深入的人。但是当我考虑构建这个董事会时，你需要一个主题专家，如果你没有，你需要一个愿意开始扮演这个角色的人。您需要精通法规和数据的人员，以及了解您的合规性、义务、利益相关者和股东义务的商业人员。因为有时实际上，如果你是私有的，公有的，以及你可以用加密这样的东西做什么，这是一件大事。我认为，如果你必须聘请外部顾问或外部顾问委员会，你应该研究一下，因为这很重要，如果你没有得到适当的建议，你真的可能会犯很多错误。

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

00 : 52 : 32

萨拉·罗伯逊 : 好的。因此，也许建议是建立一个由不同学科代表组成的治理委员会。至少找一个主题专家，如果有必要的话，从外部承包，然后升级你的整个治理委员会。所以他们都在学习，他们都可以将他们的知识应用到这个新空间？

00 : 52 : 55

Krystal Olivieri : 是的，它在很多方面都像数据，以及我们如何看待商业中的数据。有一个数据专家坐在一个孤岛上，但整个世界都是数据驱动的。所以对于品牌来说，它变成了你如何使知识民主化，你如何使这些见解民主化？你如何使访问民主化，在那里你可以为你允许人们使用的东西放置正确的护栏？如果我们认为元宇宙和 Web 3.0 正在改变互联网和我们的参与方式，请告知您的整个业务。这不仅仅是专家应该接受的。我们越早打破这种先入为主的观念，到达一个我们不知道最终前景会是什么样子的地方，但这件事正在发生，而且由于这些因素和这些原因而发生，我们知道它现在不会扭转。它可能采取不同的形状和形式。它可能不是我们所有人想要的一切。

00 : 53 : 57

萨拉·罗伯逊 : 但它不会消失。

00 : 54 : 00

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 所以不要忽视它。不要表现得好像我不需要知道我在金融行业。这不是工作保障。

00 : 54 : 08

Sara Robertson : 我已经提到过几次，但在我的整个职业生涯中，我总是发现自己处于新媒体或新兴媒体之类的群体中。对我来说，这只是最有趣的标签。我所在的第一个新媒体集团，我们只是负责互联网，他们把所有的互联网都放进了这个由四个书组成的团队中。

00 : 54 : 32

克里斯塔尔·奥利维耶里 : 这是新媒体。

00 : 54 : 35

Sara Robertson : 社交媒体也是这样，互联网等等。

00 : 54 : 39

Krystal Olivieri : 移动主要创造了整个业务。

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

00 : 54 : 44

萨拉·罗伯逊：每个人的口袋里都有一部手机。就像这是每一件事，而不是他们的事情。我不知道，我希望并祈祷我们不会犯同样的错误，但我已经看到它发生了。

00 : 54 : 57

克里斯塔尔·奥利维耶里：嗯，我认为在某些方面，当事物如此新时，你确实需要像老虎队一样进入并弄清楚它。但随后的信息很容易被传播回来。

00 : 55 : 07

萨拉·罗伯逊：对。他们的工作应该是传福音和教育。

00 : 55 : 11

克里斯塔尔·奥利维耶里：没错。这就是为什么我知道在我们小组内我们已经创建了元宇宙委员会，但仅在群邑内部，我们就有超过 100 人参与了六个不同的工作流程，因为就像我们是谁说我们需要民主化？我喜欢你制作这个播客。我很害怕听到最终结果，但我喜欢你制作这个播客，因为这些是我们在会议上进行的对话。所以人们应该听到并思考它，我确实认为这是转型的重要组成部分。这就是为什么即使当我谈论创新时，我也非常讲究我如何做和不定义它，因为我们不应该是唯一创新的人，我们只是为了帮助加速创新或帮助提供护栏或帮助解决问题和扩展。我认为，这就是空间所需要的。

00 : 56 : 08

Sara Robertson：我也这么认为。我们就像新世界的管家，帮助人们弄清楚他们需要在这里做什么。

00 : 56 : 16

克里斯塔尔·奥利维耶里：一个全新的世界。

00 : 56 : 24

Sara Robertson：在 Web3 原生版本中，有一个术语称为坚固。那时，一个地穴归零或 NFT 只是一个骗局。所以每个人都在谈论变得坚固。所以阿拉丁的歌曲非常受欢迎。每当谈论地毯时，人们总是唱它们。

00 : 56 : 43

克里斯塔尔·奥利维耶里：我觉得这与文化有关，但我甚至没有意识到这一点。

00 : 56 : 51

萨拉·罗伯逊：好的。因此，我们即将迎来时代的尽头。我想给你一个机会，也许可

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

以解决我们还没有谈论的任何事情，或者分享一些智慧，或者说任何你想说的关于这个话题的话。

00 : 57 : 10

克里斯塔尔·奥利维耶里：我对关于这个话题的所有对话感到非常兴奋。我们有一个非常有趣的时刻，当我想到从Web 1.0到Web 2.0的转变时，我不确定人们是否完全意识到正在发生的事情，或者允许某人写回互联网，允许某人喜欢帖子或点击的下游影响。我记得在高中收到大学录取通知书后立即获得了我的Facebook帐户。我当时想，是的，我现在可以注册Facebook了。我不认为我们可以预测整个生态系统变成了什么；好的，坏的和丑陋的。我是数据驱动的。我愿意相信我们现在有很多关于我们学习的信息。我们作为营销人员，我们作为控股公司，我们作为顾问，我们有义务和非常令人兴奋的机会来塑造我们想要的元宇宙，塑造我们想要的品牌，并专注于体验而不是交易时刻，并真正使其成为一个我们实际上甚至可以改变一些生活的地方，给人们前所未有的机会。我经常谈论元宇宙。我想了很多关于所有这些技术以及将它们放在一起时可以解决的问题。它们对我来说就像乐高积木一样。我怎样才能把一点人工智能加上一些区块链加X的东西，然后构建一些疯狂的东西？这只是一个非常激动人心的时刻，我担心炒作因素，Gartner的炒作周期将开始下降，品牌将退出，或者品牌将失去对它的注意力。我真的认为我希望看到这种情况发生，但我真的希望品牌能够深思熟虑，如果你退后一步，你就无法帮助定义它的未来。我们需要利用我们学到的东西来帮助塑造我们个人的未来，我们作为一个社会，我们作为品牌以及我们希望如何出现在其中。它又大又笨重，但我认为这就是为什么它如此令人兴奋，我们可以整天争论媒体将坐在什么位置，因为今天我们仍然知道线性和视频仍然占据着最大的一块蛋糕，但这一切都会改变。我想到了影响者和元宇宙的转换。当这个播客出来时，我要说的最后一件事是我们谈论可持续性问题的，显然我们真的很关心这一点。我们知道，数字生态系统总体上就像航空业的碳排放量一样，这是巨大的。然后你开始考虑元宇宙和所有这些新兴技术以及区块链现在的坏说唱。向以太坊大喊大叫。

01 : 00 : 05

萨拉·罗伯逊：呜呜，去合并。

01 : 00 : 07

克里斯塔尔·奥利维耶里：是的，合并。在98点和碳排放量减少99%之间是什么？这些

WPP 元界和更多学院播客

第1季第9集

Web3 中的媒体 - 机遇与挑战

技术越多，越可持续，就越能获得 scalable 这也非常令人兴奋，因为它加速并消除了障碍，所以今天支撑一些品牌的東西，有效的，应该是我们正在积极关注的事情，因为这些东西在这个领域发展得如此之快。我认为这真的很令人兴奋。

01 : 00 : 37

萨拉·罗伯逊：没错。我想提醒大家不要仅仅因为它今天可能有一个问题而注销，这不会使核心前提无效。因此，有一些黑客攻击，可能有一些洗钱，有点可持续性問題，但每件事都在得到解决和改进。我们将发现自己处于这项技术发挥作用的未来。

01 : 01 : 08

克里斯塔尔·奥利维耶里：哦，是的。

01 : 01 : 16

萨拉·罗伯逊：嗯，这是 WPP 元宇宙和更多有趣的插曲。非常感谢我们的专家嘉宾 Krystal 今天参加我们的会议。

01 : 01 : 26

克里斯塔尔·奥利维耶里：谢谢你邀请我。和你一起形而上学真是太好了。

01 : 01 : 30

萨拉·罗伯逊：哦，我喜欢这个词。我将保存它以备后用。感谢所有听众的收看。有你总是很高兴。确保你粉碎了订阅按钮。如果您认为我们值得，请给我们五颗星。和往常一样，保持优雅，元宇宙。

01 : 01 : 49 斯

蒂芬·比勒陀利乌斯：感谢您收听 WPP 的元界和更多学院播客。不要忘记订阅，这样您就不会错过未来的剧集。如果您想了解有关创意转型公司 WPP 的更多信息，请通过 WPP.com 联系我们 或给我们发送便笺 newbusiness@wpp.com。今天就讲到这里。我们期待在元宇宙中见到您。