

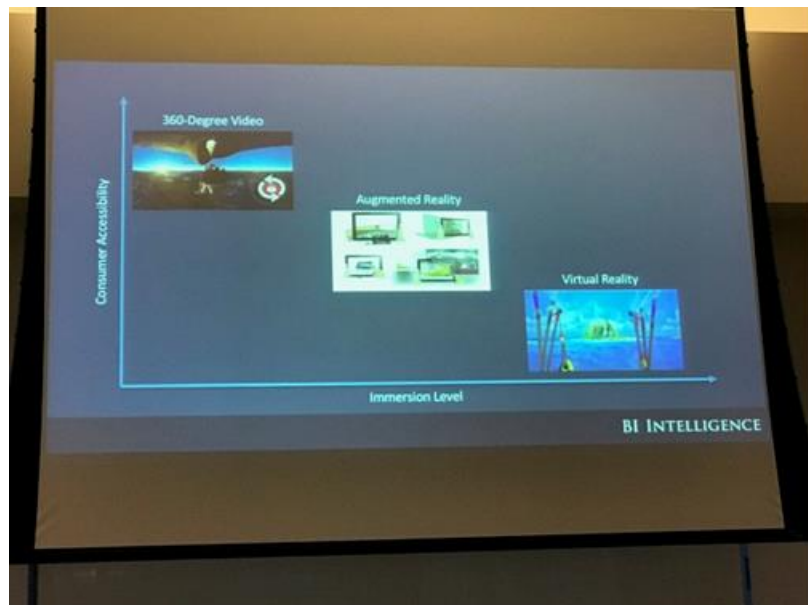


כפי שכולנו יודעים, חברות התקשורת הגדולות משקיעות לא מעט משאבים בשיפורים ופיתוחים טכנולוגיים אשר כל מטרתם היא לייצר חוויות משתמש גדולה ומעניינת הרבה יותר.

3 טכנולוגיות שראינו לא פעם שימוש יפה בהם גם בישראל, מסומנות בטכנולוגיות שיובילו את חוויות המשתמש ב 2017:

1. 360 Degree
2. Augmented Reality (AR)
3. Virtual Reality (VR)

לכל טכנולוגיה רמת הנגישות והעומק שלה עם הצרכנים

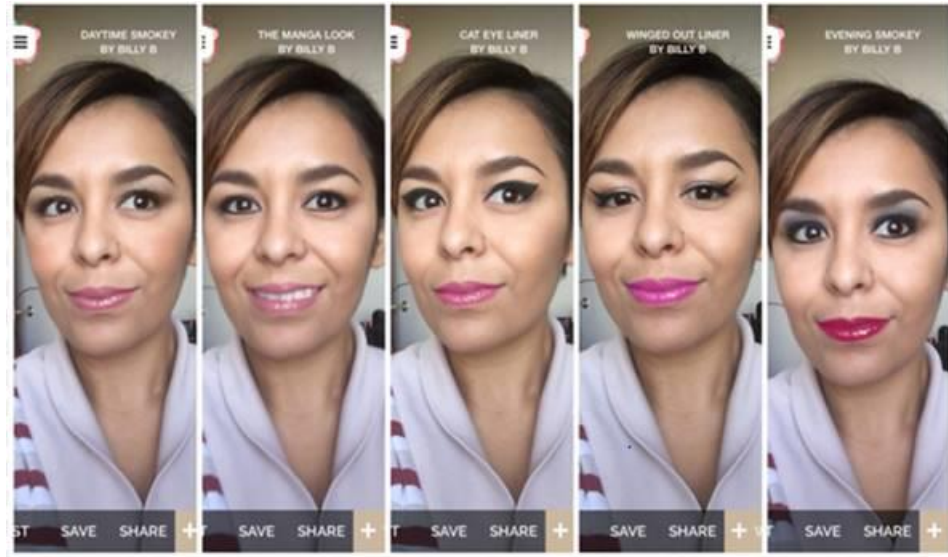


אז כמובן שנשאלת השאלה איך הטכנולוגיה עוזרת לנו המפרסמים, לייצר ערך גדול יותר עבורנו בתקשורת עם הצרכנים?

- מחקרים של ה BI מראים כי שימוש בטכנולוגיות כאלו עבור מותגים יכולה לייצר מעורבות הגבוהה עד פי 35 מאשר תקשורת "רגילה".
- כיום קיימת ההבנה כי יש סקטורים כמו אופנה, איפור, ריהוט, שהטכנולוגיה יכולה להפוך את את כל מערך המכירה שלהם ולייצר מעבר מאסיבי ממכירה בעולם הפיזי למכירה און ליין שיעילה הרבה יותר עבור היצרן ונוחה הרבה יותר עבור הצרכן.
- לאור רמת הנגישות, מותגים כיום משתמשים בעיקר ב AR אך כמובן שהצפי הוא שב 2017 נראה גם מותגים עושים שימוש נרחב ומתקדם ב 360 ו VR (שזה טיפה יותר קשה ☺)

בינתיים, 2 דוגמאות יפות לשימוש בטכנולוגיה כזו עבור מותגים בעולם:

- לוריאל, שעשתה שימוש ב AR במטרה לתת לצרכניות שלה את האפשרות לנסות ולבדוק איך כל המוצרים שלהם יראו עליהן ללא היציאה מהבית לחנות. קלות השימוש. תנסי! אהבת? תזמיני ויגיע עד אליך!



- סניקרס, שלקחה את כל השפה שלה של "תגיד לנו מי אתה כשאתה רעב" ונתנה לצרכנים ממשק חזוייתי להראות מי הם, לצלם כמובן כך שבסופו של דבר זה עזר לה עצמה להפיץ את השפה

