

# INTERAKTIVES PRODUKT- TESTING



Heutzutage möchten Kunden Produkte gerne erst ausprobieren, bevor sie diese kaufen. Die Idee des AR-Shoppings gefällt vielen Kunden jetzt schon. Mithilfe von Augmented Reality-Features ist es möglich, den Kunden einen ganz neuen Zugang zu Produkten zu ermöglichen. Von Schmuck bis hin zu Möbeln, im Store selbst oder von zu Hause – mithilfe digitaler Services können Kunden Ihre Produkte virtuell erleben und testen.



## BRANCHEN

Das Testen von Produkten mithilfe von Augmented Reality ist in vielen Branchen möglich, eignet sich aber vor allem dort, wo Kunden besonders häufig wissen möchten, wie das Produkt in der realen Umgebung aussieht. Außerdem können AR-Funktionen in solchen Bereichen sinnvoll eingesetzt werden, in denen die Umtauschquote besonders hoch ist. Zu diesen gehören vor allem die Branchen Baumarkt, Wohnen, Textil und Kosmetik. Um dem entgegenzuwirken, hat der Einrichtungskonzern Ikea eine App entwickelt, die das virtuelle Testen von Möbeln im eigenen Heim ermöglicht.

Mit der AR-Funktion der „Ikea Place“-App wird eine maßstabsgetreue Platzierung der Möbel möglich. Praktischer Hintergrund dieser Funktion soll vor allem eine Reduzierung der Rückgabequote aufgrund von Fehlkäufen sein. Die US-amerikanische Baumarktkette The Home Depot verfolgt mit seiner AR-Funktion zum Testen von Wandfarben das gleiche Ziel. Auch in anderen Branchen kommen AR-Funktionen schon heute zum Einsatz. Sowohl die französische Kosmetikkette Sephora als auch die Parfümerie Douglas bieten ihren Kunden eine virtuelle Unterstützung bei der Wahl der richtigen Make-ups. Hierbei können Produkte wie Lippenstifte, Lidschatten und Mascara in Echtzeit getestet werden.

„ **Augmented Reality als Helfer beim Shopping gefällt 19% einer befragten Gruppe sehr gut.**

Dialego 2018

[Kontaktieren Sie uns](#)

adesso mobile solutions GmbH

sales-pur@adesso-mobile.de

www.adesso-mobile.de



## UNTERNEHMENSVORTEILE

Mithilfe von AR-Funktionen können Unternehmen das Einkaufserlebnis der Kunden verbessern und die Bindung zum Unternehmen steigern. Durch die Möglichkeit, sowohl zu Hause als auch vor Ort im Geschäft kleine und große Produkte zu testen, bekommen die Kunden ein besseres Gefühl dafür, ob das Produkt wirklich zu ihnen oder der Umgebung passt. Dadurch können neben der Umtauschquote auch die Kosten für Retouren und Neuverpackung reduziert werden.



## KUNDENVORTEILE

Kunden können die Produkte bequem von zu Hause testen, bevor sie diese kaufen. Einer der häufigsten Anwendungsfälle ist das Tapezieren oder Streichen von Wänden. Vielen Menschen fällt es schwer, sich die Muster und Farben großflächig an den Wänden vorzustellen. Die Muster sind meist nur ein kleiner Ausschnitt dessen, was schlussendlich mehrere Jahre lang die eigenen vier Wände zieren soll. Daher fällt die Entscheidung häufig schwer. Mithilfe einer AR-Funktion kann dieser Entscheidungsprozess beschleunigt werden. Nicht nur beim Renovieren kann AR den Kunden unterstützen, auch beim anschließenden Neukauf der Möbel oder Elektrogeräte kann AR dem Kunden veranschaulichen, ob die ausgewählten Produkte in den Raum passen und wie diese mit anderen Möbeln harmonieren. Warnhinweise zu unpassenden Größen oder fehlenden Anschlüssen helfen den Kunden bei ihrer Kaufentscheidung.

Darüber hinaus lässt sich eine Augmented Reality-Funktion auch für kleinere Produkte realisieren. Von der Auswahl verschiedenster Dekorationsartikel bis hin zum Anprobieren von Schmuck oder dem Testen von Make-up sind alle Szenarien denkbar. Die Kunden bekommen in jedem der Anwendungsfälle Feedback, das sie bei ihrer Entscheidung unterstützt und vor einem Fehlkauf bewahrt.