

Consumentenonderzoek via virtual reality

07-06-2016 08:47



Onderzoeksplatform OSQAR maakt gebruik van virtual reality om onderzoeken thuis uit te voeren. Hiermee wil het onderdeel van onderzoeks- en adviesbureau Consumatics consumentenonderzoeken efficiënter en effectiever uitvoeren.

Respondenten ontvangen een bril en gebruiken deze om vanuit huis deel te nemen aan onderzoeken die eigenlijk op een andere locatie plaatsvinden. OSQAR meet het onbewuste gedrag van consumenten op locatie, zoals een winkelruimte. Met een druk op de knop zijn aanpassingen door te voeren om zo snel door de mogelijkheden heen te gaan.

De verschillende 360-graden-video's worden via een app ingeladen op de smartphone. De respondenten schuiven de smartphone in de bril. Vervolgens lijkt het net alsof zij fysiek in de ruimte zijn. Terwijl zij de beelden zien, beantwoorden zij onderzoeksvragen die in beeld 'zweven'. Door naar het gewenste antwoord te kijken, geven zij antwoord.

De methode werd al getest bij een horecagelegenheid op Schiphol. "Als er kisten met verse groenten en fruit zijn uitgesteld, neemt de bereidheid om iets te kopen toe", concludeert innovation manager Thomas van Straaten.