

Zo geeft virtual reality een nieuwe dimensie aan winkelen

09-11-2017 10:37



Door Dick Hissink
Geo leader & sales director Benelux bij Dassault Systèmes

Retail en virtual reality zijn een *match made in heaven*. Met een VR-bril kunnen consumenten bijvoorbeeld een product echt ervaren voordat ze tot aankoop overgaan. Maar virtual reality helpt retailers ook bij het verbeteren van fysieke winkels. Een greep uit de vele innovatieve VR-toepassingen in deze branche.

Wat is virtual reality?

Virtual reality is het inzetten van technologie om een virtuele wereld te creëren, waarmee vaak interactie mogelijk is. Die technologie kan een speciale VR-headset zoals de HTC Vive of de Oculus Rift zijn, maar ook een smartphone in combinatie met een gadget als de Google Cardboard of zelfs een speciale VR-kamer.

Virtual reality wordt nog weleens verward met augmented reality. De twee technologieën hebben zeker raakvlakken, maar er is ook een belangrijk verschil. Augmented reality legt een aanvullende laag over de fysieke wereld heen, terwijl de echte wereld bij virtual reality niet zichtbaar is. In de retail zijn beide aan een opmars bezig.

Steeds meer retailers voorzien hun winkels van VR- of AR-installaties om de klantervaring te verrijken. Of ze ontwikkelen applicaties waarmee consumenten thuis aan de slag kunnen. Maar retailbedrijven zetten zelf ook VR-technologie in voor zakelijke doeleinden, bijvoorbeeld om de indeling van hun winkels te optimaliseren.

Een aantal interessante voorbeelden van VR-toepassingen in de retailsector:

1. Virtueel interieurdesign

Virtual en augmented reality maken het inrichten van je huis leuker en makkelijker. Zo kun je met de IKEA Place-app vanuit je luie stoel meubels uit het assortiment van IKEA virtueel uitproberen in je huis – en ze direct aanschaffen. En retailketen Lowe's heeft in een aantal filialen speciale [holoruimtes](#) gemaakt waar klanten hun droomkamer samen kunnen stellen. Een mooie manier om mensen naar de winkel te lokken.

2. De auto van je dromen

Automerk DS Automobiles presenteerde tijdens de 87e editie van de Salon van Genève een VR-ervaring voor bezoekers. Met de HTC Vive op konden zij een virtueel uitstapje maken naar het Place de la Concorde en daar een nieuwe SUV bekijken. Het was bijvoorbeeld mogelijk om in de virtuele auto te zitten en de kleuren, versieringen en uitrusting aan te passen. Welkom in de autoshowroom van de toekomst!

3. Een nieuwe outfit

Ook kledingverkopers omarmen virtual en augmented reality. Zo bestaan er al jaren AR-paskamers en -spiegels. Gap presenteerde begin 2017 de app DressingRoom, waarmee je een virtueel model van je lichaam kunt aankleden. En wat te denken van deze promotiestunt van The North Face? Het kledingmerk liet winklend publiek een virtueel ritje door de sneeuw maken op een [huskyslee](#), met een verrassende afloop.

4. De perfecte winkel

Achter de indeling van een winkel gaat een hele wetenschap schuil. Van promotiemateriaal, displays en verpakkingen tot bordjes die de klant helpen oriënteren: elk detail telt. Een oplossing als Perfect Shelf maakt het mogelijk om een winkel tot in de puntjes te perfectioneren met behulp van realistische 3D-simulaties die je kunt bekijken in VR. Ook kunnen fabrikanten en retailers met zo'n virtuele proefwinkel efficiënter (samen)werken.

5. Shoppen in virtual reality

Virtuele winkels zijn allang geen toekomstmuziek meer. Zo opende de Australische retailer Myer vorig jaar samen met eBay het eerste virtuele warenhuis ter wereld, al was dat grafisch geen hoogstandje. Een visueel aantrekkelijker voorbeeld is Buy+ van Alibaba. Hiermee kunnen consumenten met een VR-bril op door [virtuele replica's](#) van winkels als Macy's en Costco wandelen, voorwerpen bekijken en ze direct afrekenen.

Virtual reality voegt letterlijk een nieuwe dimensie toe aan onze winkelbeleving. De VR- en AR-markt blijft de komende jaren [fors groeien](#), maar verder is moeilijk te voorspellen wat de toekomst brengt. De tijd zal uitwijzen welke toepassingen straks de nieuwe norm zijn in de retailbranche, en welke slechts een gimmick blijken.

Dick Hissink