

'Augmented reality heeft nu pas echt toegevoegde waarde'

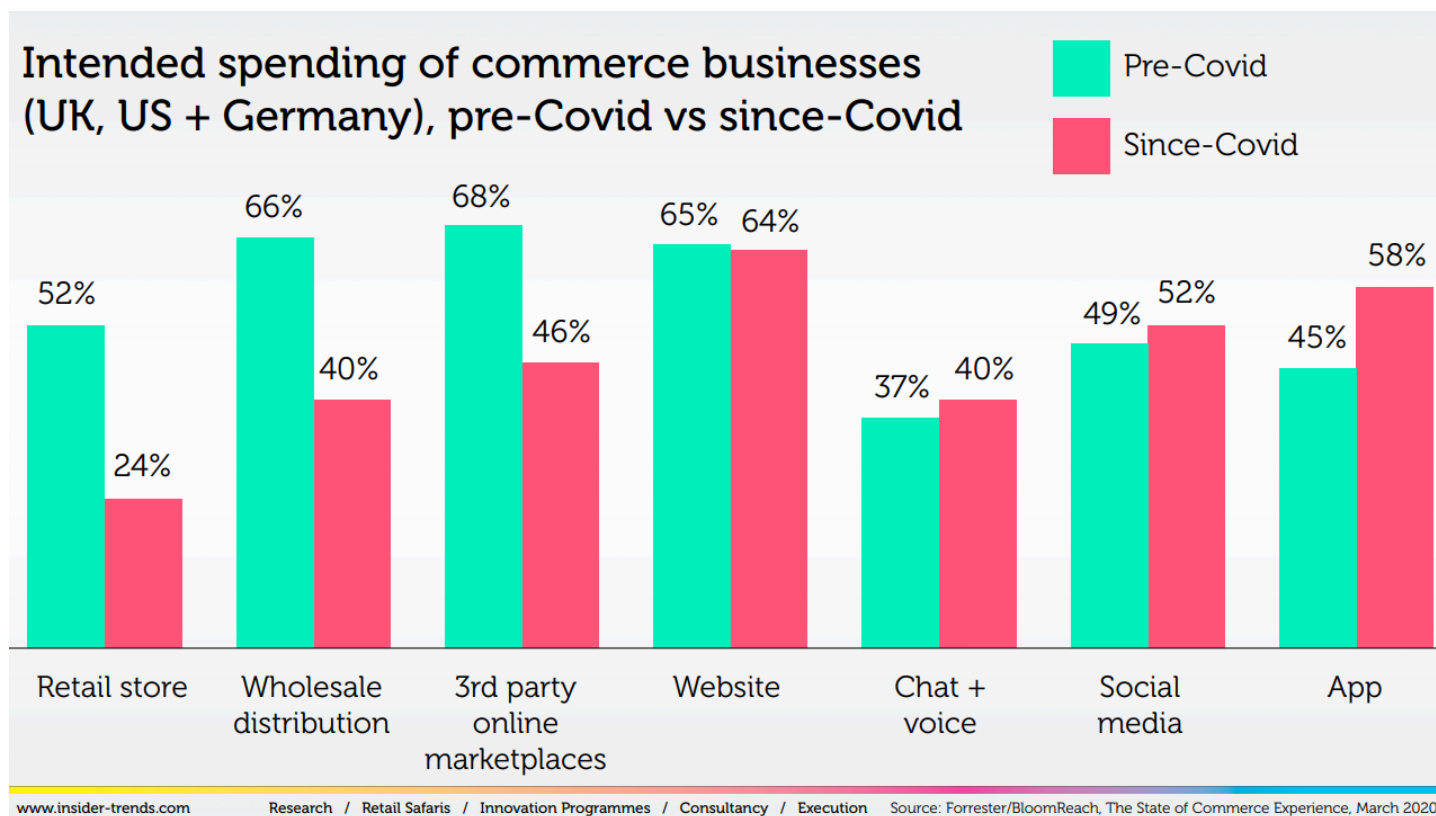
09-02-2021 13:00



Augmented reality heeft pas echt zijn meerwaarde bewezen door de coronacrisis. Dat stelt trendwatcher Jack Stratten van Insider Trends tijdens een webinar van RetailTrends. "Eerder was augmented reality niet echt nuttig."

Voor de coronacrisis gaven retailers hun geld uit aan logische posten als de website, de winkel en distributie, vertelt Stratten. Tijdens Covid-19 zie je dat dat verandert naar technologische kostenposten en nieuwe manieren om klanten betrokken te houden. "Op die manier proberen retailers de e-commercebeleving en klantenservice te verbeteren", legt Stratten uit. "Zo hopen retailers een goed aankoopproces aan te bieden in een virtuele wereld."

Intended spending of commerce businesses (UK, US + Germany), pre-Covid vs since-Covid



De pandemie versnelt volgens Stratten de bruikbaarheid van diverse technologische diensten, zoals augmented reality. "Het heeft nu een toegevoegde waarde om met de IKEA-app te zien hoe een meubel in je woonkamer staat", legt Stratten uit. "Klanten hebben deze technologie nu nodig omdat de winkelbeleving ontbreekt."

Voor 2021 voorspelt Stratten verder dat retailers meer uit de kast moeten halen als het e-commerce betreft. "Het enorme gemak dat met e-commerce gepaard gaat, verveelt de klant". Door online boodschappen te bestellen, eet je bijna elke week hetzelfde en de klant mist volgens Stratten het doen van een spontane aankoop. "Retailers moeten meer inspelen op engagement en de emoties van de klant om hen te blijven aanspreken", stelt de trendwatcher.

De webinar is terug te kijken op RetailTrends.nl.