



Quelle: Porsche AG

## Augmented Reality Visualizer

**Die Symbiose aus räumlichen und digitalen Kommunikationsmedien verändert die Art, wie wir kommunizieren – und begeistern.**

Brauchen wir noch Autohäuser? Sicherlich. Aber wir müssen sie neu denken. Denn auch hier muss sich das Angebot den Bedürfnissen des Kunden anpassen. Und dieser will vor allem mit einem schönen Erlebnis nach Hause kehren, wenn er sich die Mühe macht, die Räume einer Marke zu besuchen. Was aber kann sich ändern? Vielleicht darf ein Autohaus zukünftig mehr wie eine Galerie gedacht werden: ein Raum, in dem Fantasie und Wirklichkeit verschmelzen und Gekanntes in nie erlebter Form zum Vorschein kommt. All dies zum Beispiel dank AR-Technologie.

### CONNECTED RETAIL EXPERIENCE

Interaktive und digitale Lösungen am Point of Sale spielen im digitalen Zeitalter eine elementare Rolle, will man den Wünschen des Kunden nach mehr Interaktion, Persönlichkeit sowie besonderen Erlebnissen gerecht werden und ihn nachhaltig für sich begeistern. „Connected Retail Experience“ heißt dabei unsere Antwort auf die digitale Inszenierung und Vernetzung Ihrer Kommunikationsflächen.

Die Augmented-Reality-Lösung ist besonders passend für kleine Verkaufsflächen und Showrooms, um die volle Produktpalette zeigen zu können. Das digitale Markenerlebnis schafft eine außergewöhnliche Besucher- und Kundeninteraktion, die nachhaltig im Gedächtnis bleibt.

- Augmented Reality auf mobilen Geräten am Point of Sale oder im Showroom
- Die mobile App erkennt Marke oder Fahrzeugmodelle und zeigt die korrespondierenden virtuellen 3D-Fahrzeuge auf dem mobilen Endgerät
- Vielfältige Konfigurationsmöglichkeiten für den Nutzer: Farbauswahl (Lack/Interieur), Felgen, Auspuffanlage etc.
- Detaillierte Visualisierung und Animation (Zoom ins Fahrzeuginnere, 360°-Ansicht)
- Nahtlose Übertragung der gewählten Konfiguration vom Mobilgerät zu großflächigen Screens über „gemischte Interaktionen“ für weitere Visualisierungen und Kundenbetreuung

#### **Kundennutzen**

- Durchgängiges, außergewöhnliches und interaktives Produkt- sowie Markenerlebnis (Seamless Experience)
- Gezielte, umfangreiche und begeisternde Informationsbeschaffung
- Einfache Orientierung auf der Kommunikationsfläche

#### **Händlernutzen**

- Reduktion der personalintensiven Beratung
- Auswertung des Interaktionsverhaltens für die Optimierung der Kommunikationsfläche sowie der Angebote
- Bereicherung des Einkaufserlebnisses durch gezielte und persönliche Kundenansprache