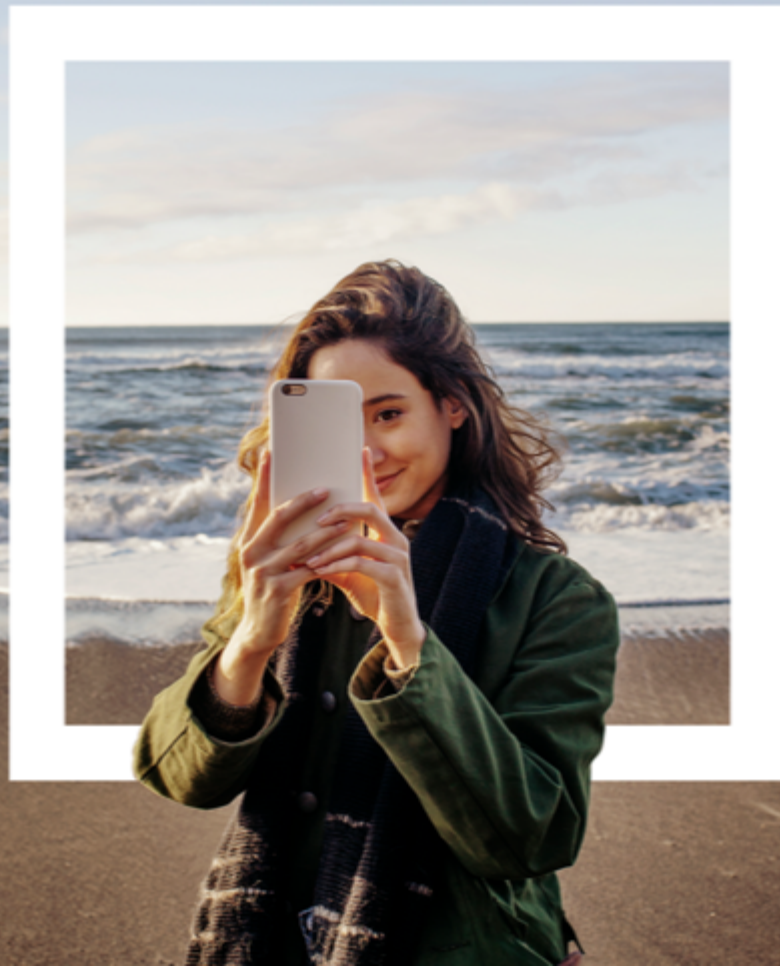




Élmény a kezedben

Augmented Reality a
digitális vásárlási
élményben





Supercharge

- Régió egyik legnagyobb független mobil-fókuszú csapata
- End-to-end digitális termékfejlesztés, nemzetközi és hazai ügyfeleknek
- Kicsiszolt felhasználói élménnyel rendelkező milliós felhasználójú termékek

Termék stratégia

UX Design

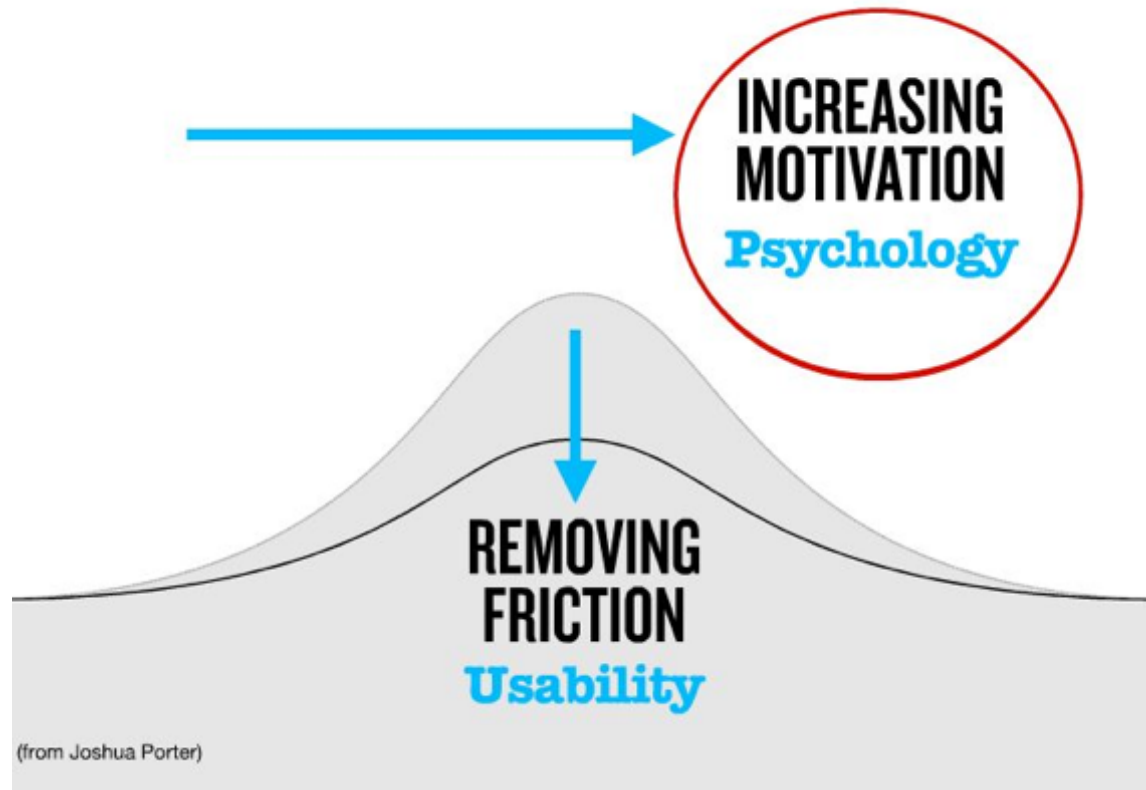
Fejlesztés



A vásárlási élmény fejlesztése a digitális térben is egyre meghatározóbb

- Online térben az árak nagyon könnyen összehasonlíthatóak
 - 94% végez összehasonlítást online vásárlás előtt
 - 36% 30 percnél többet tölt el összehasonlítással
- Ha nincs más különbség, akkor biztosan az ár alapján fognak dönteni

Conversion = Motivation - Friction



(from Joshua Porter)



Usability

**A kiváló
használhatóság, ma
már nem
versenyelőny,
hanem **alapelvárás**
a felhasználók
részéről.**

**Milyen új lehetőségek nyíltak
meg az online vásárlási élményt
fejlesztésében?**



Egy példa..



Az **AR** - **Augmented Reality** meghatározó elemévé válik az e- kereskedelemnek és átformálja a vásárlási élményt

- Apple ARkit megjelenésével széles körben kiaknázható a technológia
- Kész keretrendszer van hozzá, relatíve “olcsó” kifejleszteni
- A Google is év végére ígéri, ezzel a legtöbb smartphone felhasználó számára elérhetővé válik a technológia



AR

Augmented reality

- A valós teret egészíti ki virtuális elemekkel
- Nem igényel speciális eszközt, szinte bármilyen okostelefonnal használható
- Az elérhetősége és a költséghatékonyság miatt már a közeljövőben átalakítja az e-kereskedelmet

VR

Virtual reality

- Egy teljes egészében virtuális teret hoz létre (kép, hang)
- Valamilyen speciális VR headsetet igényel (pl. Facebook Oculus)
- Még inkább a gaming és szórakoztatóipar terepe

Hogyan segítheti az
AR az online értékesítést?



Milyen lesz a termék a valóságban?

Segít eloszlatni az egyik legfontosabb kételyt online vásárlás során:

“49% cite not being able to touch, feel or try a product as one of their least favorite aspects of online shopping.”

Forrás: BigCommerce Report (2017)

**Személyre szabottan
kipróbálhatóvá,
“felpróbálhatóvá” teszi a
terméket a valós használati
környezetében**



 **Mélyebb
emocionális
bevonódást
eredményez, és
növeli az eltöltött
időt**

**23%-al magasabb emocionális
reakciót mértek (vs 2D képek)**

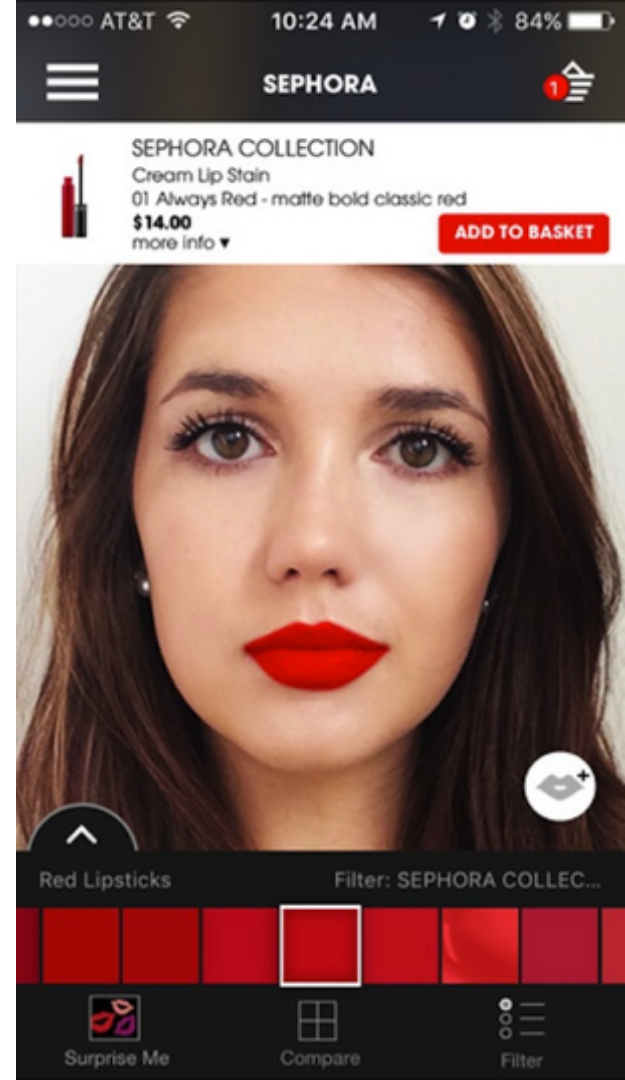
**34%-al hosszabb ideig nézik,
mint ugyanazt video formában**

IKEA PLACE



Sephora Visual Artist

- Smink termékek ezreit próbálhatjuk ki magunkon
- Modiface AR modulját használják, iOS-en, Androidon és böngészőben is működik
- "Surprise me" funkció, amivel új smink javaslatokat dobnak az arcunkra



Sephora Virtual Artist

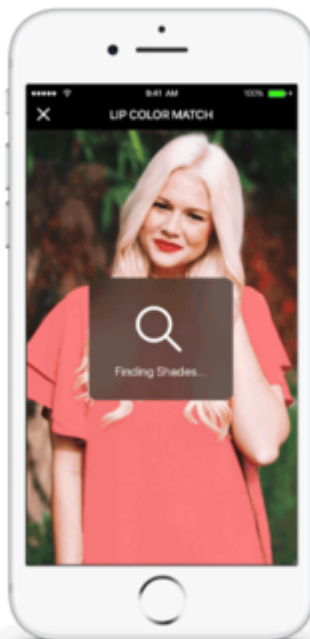
Virtual Tutorials

Learn new techniques step-by-step with tutorials customized to your own face.



Color Match

Snap a photo to find a shade match for any outfit, accessory or celebrity look.



Swatch Me

Virtually arm swatch hundreds of eyeshadow palettes to compare shades instantly.





Alapszabály

Csak olyan
funkciókban
gondolkodjunk, amik
valóban **hasznosak** a
felhasználónak

Vagyis, a célcsoport valós
fájdalompontjaira nyújtanak
megoldást

**Senki nem fog elájulni
a “state of the art”
funkciótól, ha nincs
valós haszna a
felhasználó életében**



kabaq.io





**Honnan tudjuk,
hogy mik a
célcsoporthunk
fájdalompontjai
és hogyan javítsuk
a vásárlói élményt?**

- Felhasználói interjúk
- UX kutatás
- Kontextuális elemzés
- Hogyan vásárolnak “offline”?

Csak analitikából nem fogunk ezekre választ kapni!



**Köszönöm a
figyelmet**

Bence Lukacs
Product Strategist @
Supercharge

bence.lukacs@supercharge.io

