

داخلی و بسیاری دیگر از جزئیات فنی خودرو را مشاهده کند. این شیوه هزینه به مراتب کمتری برای این شرکت خودروسازی دارد و مشتریان نیز می‌توانند بدون نگرانی از بروز مشکل در خودرویی که به امانت گرفته‌اند، جزئیات مورد نظر را بررسی کنند.

شرکت علی‌بابا هم که بزرگ‌ترین خرده‌فروشی آنلاین در چین است، با بهره‌گیری از فناوری واقعیت مجازی این فرصت را به مشتریان می‌دهد تا در فروشگاه‌های کاملاً مجازی قدم بزنند. مشتری برای این کار می‌تواند از عینک‌های واقعیت افزوده یا یک اپلیکیشن ویژه این فناوری با نام «بای پلاس» (+Buy) استفاده کند.

مشتری این امکان را دارد که محصول مورد نظر را بردارد، نوشته‌های روی آن را بخواند و آن را به سبد مجازی خود بیفزاید. جالب است بدانید اپلیکیشن بای پلاس از محبوبیت زیادی برخوردار است و طی یک ساعت اول عرضه، ۳۰ هزار نفر آن را دانلود کردند.

شرکت نارس هم که یک تولیدکننده محصولات آرایشی و بهداشتی است، به مشتریان این امکان را می‌دهد تا بتوانند ظاهر خود را پس از مصرف محصولات این شرکت از زوایای مختلف ببینند.

یک شرکت معروف در زمینه تولید ابزارآلات فنی نیز با بهره‌گیری از فناوری واقعیت مجازی، یک نوآوری جالب را به مشتریان عرضه می‌کند. این شرکت انواع ابزارآلات کارگاهی و ویژه باغبانی را عرضه می‌کند.

بسیاری از مشتریان ممکن است با نحوه عملکرد برخی از این ابزارآلات ضروری آشنایی نداشته باشند و همین ناآشنایی، مانع خرید آنها شود. این شرکت نرم‌افزاری را طراحی کرده که مشتریان می‌توانند وسیله مورد نظر را به‌صورت مجازی در دست بگیرند و نحوه کار با آن را بیاموزند.

#### واقعیت افزوده

دامنه نوآوری‌ها در خرید به واقعیت مجازی محدود نمی‌شود و فناوری واقعیت افزوده (AR) نیز یکی دیگر از حوزه‌های جذاب فناوری است که می‌تواند برای فروشگاه‌ها هم سودمند باشد. با توجه به این که هزینه تمام‌شده استفاده از فناوری واقعیت افزوده از واقعیت مجازی کمتر است و مشتری نیز برای استفاده از آن فقط به گوشی خود نیاز دارد، دامنه نوآوری و استفاده از این فناوری می‌تواند بسیار گسترده باشد.

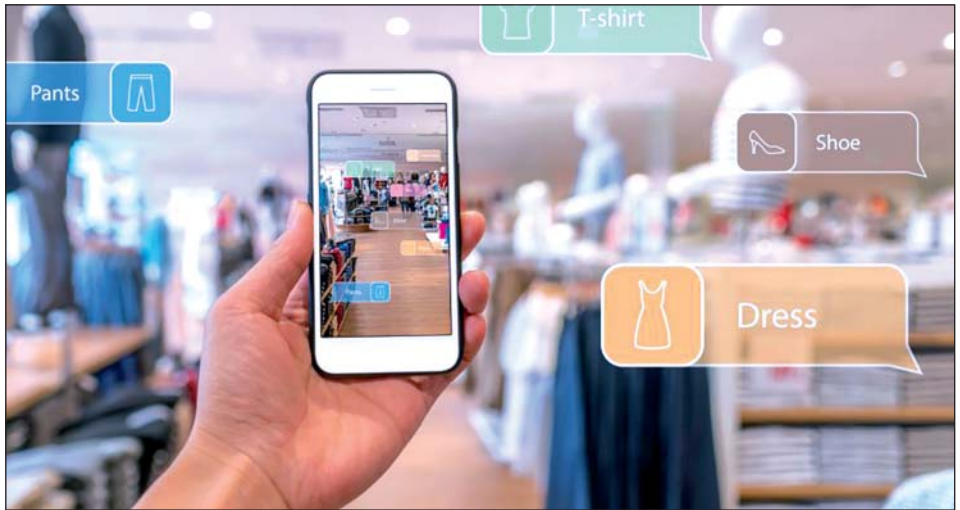
انتظار می‌رود بازار واقعیت افزوده در سال ۲۰۲۱ به ۱۳۳ میلیارد دلار برسد. نگاهی به شتاب شرکت‌های بزرگ خرده‌فروشی برای استفاده از این فناوری نیز صعودی بودن این روند را نشان می‌دهد.

برخی از بزرگ‌ترین شرکت‌های عرضه‌کننده مبلان و تجهیزات مختلف در دنیا به استفاده از این فناوری روی آورده‌اند. برای نمونه، یک برند مطرح در زمینه مبلان این امکان را به مشتری می‌دهد تا فقط با دانلود اپلیکیشن واقعیت افزوده این شرکت، به‌راحتی در خانه خود قرارگیری مبلان در فضای مورد نظر را مشاهده کرده و با تغییر رنگ و مدل، محصول مورد نظر را به شکلی ساده‌تر انتخاب کند.

#### جست‌وجوی تصویری

تا همین چند سال پیش، اگر محصولی را در دنیای واقعی می‌دیدیم یا تصویرش را مشاهده می‌کردیم و به فکر خریدش بودیم، شاید مسیر ساده‌ای را پیش رو داشتیم. این مساله به‌ویژه درباره محصولات که هیچ برند و نوشته‌ای ندارند بیشتر صدق می‌کند.

مثلاً فرض کنید از پیراهنی که دوست‌تان هدیه گرفته خوش‌تان آمده، اما نمی‌دانید از کجا می‌توان آن را تهیه کرد. این روزها، آمازون و برخی شرکت‌های بزرگ دیگر این امکان را به مشتریان خود می‌دهند تا با گرفتن دوربین گوشی در برابر محصول مورد نظر، اطلاعات مربوط به آن را در فروشگاه آنلاین مشاهده کنند و حتی آن را به صورت آنلاین سفارش دهند. شرکت خودروسازی بی‌ام‌دبلیو به کاربران این امکان می‌دهد تا در صورتی که از یک مدل خودروی ساخت این شرکت که دیده‌اند خوش‌شان آمد، با اپلیکیشن ویژه بی‌ام‌دبلیو از آن عکس بگیرند تا اطلاعات فنی، قیمت، شرایط فروش و نشانی نزدیک‌ترین نمایندگی‌های فروش را به‌صورت آنی دریافت کنند.



فناوری چگونه تجربه خریداران را تغییر می‌دهد؟

## تحول صفر و یکی در دنیای خرید

صالح سپهری‌فر

خرید همیشه یکی از مهم‌ترین بخش‌های زندگی انسان برای تامین نیازهایش بوده است. فناوری دیجیتال طی یکی دو دهه اخیر توانسته بسیاری از جنبه‌های زندگی‌مان را تغییر دهد و خرید یکی از این موارد بوده است. با این وجود، هنوز فرصت‌های زیادی برای ایجاد تحول در این حوزه وجود دارد. این تحولات در نهایت سبب ساده‌تر شدن خرید، کاهش هزینه‌ها و احتمالاً تجربه‌ای بهتر برای مشتریان خواهد شد. در ادامه برخی از این تحولات را بررسی می‌کنیم.

#### تجربه خرید بدون تراکنش

انتظار در صف صندوق فروشگاه‌های بزرگ برای بسیاری از مشتریان، تجربه‌ای آزاردهنده است که نه تنها وقت زیادی از تک‌تک مشتریان می‌گیرد، بلکه هزینه‌های زیادی از نظر تامین نیروی انسانی و برخی هزینه‌های دیگر را به فروشگاه تحمیل می‌کند. در این میان، آمازون به‌عنوان پیش‌تاز در فروش آنلاین در دنیا، الگوی نوینی را طراحی کرده و برخی از بزرگ‌ترین فروشگاه‌های زنجیره‌ای دنیا نیز به فکر اجرای مشابه آن افتاده‌اند. این الگوی نوین «آمازون گو» (Amazon Go) نام دارد که باعث می‌شود در آینده دیگر نیازی به منتظر ماندن در صف پرداخت صندوق فروشگاه‌ها نداشته باشید.

برای استفاده از این قابلیت، کافی است اپلیکیشن ویژه آمازون را به محض ورود به این فروشگاه روشن کنید و از گیت ورودی رد شوید. این اپلیکیشن موقعیت شما را به‌صورت لحظه‌ای مورد پایش قرار می‌دهد. در ادامه به محض این که محصولی را از یکی از قفسه‌های این فروشگاه برمی‌دارید، آن محصول به‌صورت خودکار به سبد خریدتان افزوده می‌شود. در صورتی هم که نظرتان عوض شود و محصول را سر جایش بگذارید آن مورد از فهرست سبد خرید حذف خواهد شد. در نهایت به محض خارج شدن از فروشگاه، قیمت همه موارد جمع زده شده و از کارت اعتباری‌تان کسر می‌شود.

اولین فروشگاه فیزیکی آمازون گو در سال ۲۰۱۸ در سیاتل ایالات متحده افتتاح شد و پس از آن نیز شعبه‌های مختلفی از آن در شهرهای مختلف آغاز به کار کرد.

#### واقعیت مجازی

واقعیت مجازی یکی از جذاب‌ترین فناوری‌ها در دنیای دیجیتال است که البته کاربردهای جالبی نیز در زمینه خرید دارد.

شرکت سوئدی آیکیا که در زمینه تولید لوازم و مبلان خانگی

### تحویل یک روزه

یکی از معایب فروشگاه‌های آنلاین (نسبت به فروشگاه‌های فیزیکی) مدت زمان بین سفارش و دریافت آن است. با وجود این، پیشرفت‌های خوبی در این زمینه طی چند سال اخیر شکل گرفته است. آمارهای جهانی نشان می‌دهد در سال ۲۰۱۸، ۵۱ درصد فروشگاه‌های آنلاین از خدمت تحویل یک روزه برخوردار بودند. در این میان، بهره‌مندی از دو فناوری مهم یعنی پهپادها و ربات‌ها، نیروی پیش‌ران برای این خدمت به شمار می‌روند. استفاده از این دو فناوری نه تنها به کاهش زمان تحویل سفارش می‌انجامد، بلکه هزینه‌های ارسال را نیز به تدریج کاهش می‌دهد.



زوم



اگر مطالب  
 این صفحه را  
 می‌پسندید،  
 عدد ۷۴۱۳  
 را به شماره  
 ۳۰۰۱۱۲۲۶  
 پیامک کنید