Published on *Melano.hu* (https://www.melano.hu)



# Már sminkelhetünk is virtuálisan

Létrehozás: 06/13/2022 - 22:08
Szerző: Melano
[1]
2022-ben nem elég az információ, élményt is várnak a vásárlók a hirdetésektől.

A legmodernebb technológiák számos területen olyan változásokat hoznak az életünkbe, amilyeneket korábban el sem tudtunk képzelni, legfeljebb sci-fi filmekben találkoztunk velük. Nem kivétel ez alól a reklám világa sem. A trend, mint oly sok más is, a tengerentúlról indul, de nem kell sok idő ahhoz, hogy Magyarországon is elterjedjen, előbb a nagyobb, majd a kisebb cégek körében. A jövő az élményalapú értékesítésé; aki nem fejleszti vállalkozását ebbe az irányba, bizony lemarad.

Már hazánkban is érzékelhető az interaktív hirdetések szele, aminek jelenleg az egyik legismertebb példája a háromdimenziós lakberendezési látványtervek elkészítésének lehetősége, de ez még csak a kezdet. Hogy hova tud mindez kifutni, annak leginkább a képzeletünk szab határt, a létező technikai feltételek egyre kevésbé. *„Vége annak a korszaknak, amikor pusztán termékfotókkal, videókkal el lehetett adni fizikai termékeket. A fogyasztóknak ez már nem elég. Nemcsak valamit megszerezni, birtokolni szeretnének, de a vásárlás folyamatában élményszerzésre is vágynak. Ha ugyanazt az árut, ugyanazon az áron egy hagyományos honlap és egy virtuális irányban fejlesztett weboldal is reklámozza, az eladást jó eséllyel az utóbbi fogja nagyobb számban megvalósítani”* – tudtuk meg Kovács-Oskolás Dánieltől, az NDA Agency Kft. [2] marketingügynökség tulajdonosától.

**Mi is használjuk a kiterjesztett valóságot – tudtunk róla?**
Ne gondoljuk, hogy az emlegetett modern technológiák olyan messze vannak még tőlünk. Itt vannak az otthonunkban! Kisebb változatban, de használjuk őket mi is, nap mint nap. Aki már játszadozott azzal, hogy mobiltelefonjának kameráján keresztül filterekkel látta el akár magát, akár a környezetét, az bizony kiterjesztett valóságban kalandozott. Képzeljük el ugyanezt nagyban! Az IKEA-nál vásárlás előtt 3D technológiával virtuálisan be tudjuk rendezni a szobánkat a vágyott bútordarabokkal, már nem kell kizárólag a képzeletünkre hagyatkoznunk, amikor próbáljuk összerakni a képet, a végeredményt a saját szemünkkel láthatjuk.

*„De tovább megyek, a Gucci kifejlesztett egy olyan applikációt, amellyel nem csak egy fotón tudjuk a cipőket megtekinteni, és még az sem elég, hogy 3D-s képét az ujjunkkal körbeforgathatjuk, a lábunk paramétereinek megadásával a technológia a telefonunk képernyőjén keresztül »ráönti« a cipőt a lábunkra, így kényelmessé téve az online vásárlás folyamatát. Vagy ilyen a L’Oréal fejlesztése is, aminek segítségével különböző sminkelési kellékeket alkalmazhat a vásárló a kamerával beolvasott arcképén, így a számára leginkább megfelelőt képes kiválasztani*” – sorolta az élményalapú eszközöket Kovács-Oskolás Dániel.

### A legtöbb módszer drága, de van, ami megfizethető

A boltra szabott kiterjesztett valóság komoly technikai hátteret igényel, ezért napjainkban főként a legnagyobbak számára elérhető, viszont a 3D megoldások alacsonyabb költségekkel is megvalósíthatóak, így már most szélesebb körben is el tudnának terjedni.
„Azt tapasztalom, hogy egyre több cégvezető ismeri fel ezt a lehetőséget és nyit az interaktív, élményalapú reklámozás irányába. Olyan termékek esetében, amelyeknél nem csupán a funkció, hanem a megjelenés is számít, nagyban meg tudja könnyíteni a vásárlás folyamatát, ami a meglévő ügyfelek számára erős megtartó, az új ügyfelek felé pedig beszippantó hatással bír" – mutatott rá a szakember.

### Változásokat hoz a kriptovaluták elterjedése és a web 3.0 átállás

A kriptovaluta szó ismerősen csenghet, sokan a bitcoinnal azonosítják, pedig ma már jóval több változata létezik. Egyre népszerűbb a digitális világban, és megjósolható, hogy a 10 éven belül megvalósuló web 3.0 átállást követően még jelentősebb szerephez fog jutni. Az NFT (non-fungible token), azaz a nem helyettesíthető zseton 2017 óta létezik, képhez, animációhoz, videóhoz, hangfájlhoz kapcsolt kódsor, mely az eredetiség igazolására szolgál. Eladóként korlátozhatjuk a darabszámot, sorszámmal ellátva az NFT-t, a vásárló pedig kriptovalutával licitálhat a tartalomra. Ezáltal a digitális térben is megoldhatóvá vált, hogy valami egyedi és megismételhetetlen legyen, mert digitális egységek rögzítik a lenyomatot, a tranzakció idejét, a tulajdonost, a szerződést, és mindez nyilvános és visszakövethető.

*„Ez a technológia a tartalomszolgáltatóknak is kedvez, hiszen ma még bárki bármilyen tartalmat bárhova fel tud tölteni, ennek eredményeként követhetetlenné válik, hogy melyik is volt az eredeti. Nem beszélve arról, hogy ezeket a tartalmakat bárki szabadon le is töltheti, terjesztheti, anélkül, hogy a készítőjének, »tulajdonosának« fizetne érte. Ez a jövőben megváltozik, és alkotó és felhasználó számára egyaránt rendkívül izgalmas, újfajta lehetőségeket hordoz magában. Interaktív megoldás, amely teret ad az önkifejezésnek, platformja lehet jótékonysági kezdeményezéseknek, és az értékesítésben is teljesen egyedi élményt nyújt"* – ismertette az NDA Agency Kft. tulajdonosa.

**Tags:**
hirdetés [3]
reklám [4]
újdonság [5]
**Színes:**
Divat [6]

---

**Forrás webcím:** https://www.melano.hu/mar_sminkelhetunk_is_virtualisan

**Hivatkozások**
[1] https://www.melano.hu/sites/default/files/articles/business_03.JPG
[2] https://nda-agency.com/
[3] https://www.melano.hu/tags/hirdetes
[4] https://www.melano.hu/tags/reklam
[5] https://www.melano.hu/tags/ujdonsag
[6] https://www.melano.hu/szines/divat