

Virtuelle Showrooms als Ladenersatz

Von Frank Keilacker - 18. Mai 2020

Auch wenn in Deutschland die Läden größtenteils wieder öffnen dürfen, ist weltweit noch keine Entspannung in Sicht. Zudem meiden viele Verbraucher derzeit den Besuch stationärer Filialen. Es verwundert also kaum, dass virtuelle Showrooms von immer mehr Firmen als ernsthafte Alternative gesehen werden.



BoConcept lädt in einen virtuellen Store.

Dabei handelt es sich primär um Händler, die normalerweise stark mit ihrer Beratungskompetenz punkten, sowie Marken, die auf eine gute visuelle Präsentation angewiesen sind. Angesichts der durch Covid-19 in der Branche verursachten Störungen hat sich beispielsweise der Australian Fashion Council (AFC) an den Showroom-Anbieter Ordre.com gewandt, um gemeinsam AFC Virtual zu lancieren. In diesem speziellen Bereich werden die von Australiens führenden Designern entworfenen Kollektionen der neuen Saison präsentiert, die sich dort auch online erwerben lassen. Käufer können dort die einzelnen Kleidungsstücke in hochauflösenden Bildern betrachten und sich durch interaktive 360-Grad-Abbildungen, eine Zoom-Funktion, Videos und ausführliche Produktbeschreibungen eine recht umfassende Meinung bilden.

Anzeige

Gang durch die Filiale

Der dänische Möbelhändler BoConcept hat sogar seine komplette Filiale im französischen Lyon digitalisiert, um sie als virtuellen Store erkunden zu lassen. Im speziellen Menüpunkt „Virtueller Store“ dürfen Kunden am heimischen Gerät durch den Laden „wandern“ und sich per Mausklick über die dort gezeigten Einrichtungsgegenstände informieren. Bei Gefallen führt ein Link weiter zur jeweiligen Produktseite bzw. Bestellmöglichkeit. Bei Fragen helfen Mitarbeiter weiter, die zwecks Beratung auch über andere moderne Kommunikationskanäle erreicht werden können. Auch andere Möbelhändler wie das australische King Living bieten ähnliche virtuelle Filialbesuche an, wobei sie ebenfalls auf Technologie von 3d Insights zurückgreifen.

Den Motor aufheulen lassen

Zumindest in Neuseeland haben Hyundai und Renault Online-Showrooms eingerichtet, in denen ein Produktexperte nach Terminvergabe live den gewünschten Wagen präsentiert, Fragen beantwortet und das gewünschte Zubehör zeigt. Die Beratung ist dabei identisch zu der beim Händler, ohne dass Verbraucher ihr Zuhause verlassen müssen. Lediglich für die kontaktlos organisierbare Probefahrt ist dann doch noch eine Anreise notwendig.
