

Sklep internetowy na miarę XXI wieku

EPRO 2010

Powstały już materiały reagujące ruchem na promienie światła lub dotyk. Niemożliwe? A jednak! Inżynierowie opracowali także specjalną technologię umożliwiającą chwytanie w dłoń wirtualnego przedmiotu, poruszanie nim, a nawet jego czucie. Co prawda, na razie rozwiązanie to wykorzystywane jest w branży motoryzacyjnej i znajduje się jeszcze w fazie projektowej, jednak można sobie wyobrazić, jak bardzo technologia ta może zmienić prawidłowości rządzące dotąd handlem internetowym, również w branży odzieżowej. Można będzie nie tylko zobaczyć, ale także poczuć grubość ubrania i splot włókien materiału. Technologie tego typu zapewne będą dostępne na szerszą skalę dopiero za kilka lat, jednak już teraz szeroko otwierają oczy na olbrzymi wachlarz możliwości, które nie tylko uatrakcyjnią zakupy internetowe, ale też sprawią, że staną się one zdecydowanie łatwiejsze i wygodniejsze niż zakupy tradycyjne.

Wirtualne przymierzalnie

Jednym z argumentów zniechęcających potencjalnych nabywców do zakupów odzieży przez Internet, jest brak możliwości jej przymierzenia. Powszechnie stosowanym rozwiązaniem jest wysyłka towaru i przyzwolecie na jego zwrot w terminie dłuższym, niż określone prawem 10 dni, licząc od momentu otrzymania przesyłki. Możliwym, i funkcjonującym już dość często rozwiązaniem jest prezentacja towaru na sylwetce klienta, wykorzystując wcześniej wgrane przez niego zdjęcie. Istnieje także możliwość skorzystania z wirtualnej przymierzalni na żywo. Do tego celu stosowana jest technologia rzeczywistości rozszerzonej, działająca na zasadzie połączenia obrazu ze świata rzeczywistego z obrazem generowanym komputerowo. Zasada działania nie jest skomplikowana i już znalazła zastosowanie w niektórych internetowych sklepach odzieżowych. Aby skorzystać z tego rozwiązania, wystarczy posiadać kamerę internetową. Biorąc pod uwagę panującą modę na notebooki, w których kamera jest właściwie standardowym wyposażeniem, nie stanowi to dla klienta praktycznego problemu.

Po wybraniu towaru do przymiarki, klient uruchamia kamerę internetową i staje w takiej odległości od monitora, aby swobodnie móc oglądać swoją postać. Powinien mieć także w dłoniach specjalny marker, który jest niczym innym jak standardową kartką papieru z umownym znakiem sklepu. Marker ten jest możliwy do pobrania ze strony sklepu internetowego. Obraz rejestrowany przez kamerę jest przechwytywany i analizowany poprzez odpowiednie aplikacje, a gdy te rozpoznają znak markera, umieszczają w jego miejsce odpowiednią grafikę (zdjęcie koszuli, sukienki itp.), informację lub animację. Marker służy operowaniu grafiką na monitorze komputera. Odzież można więc odpowiednio oddalić lub przybliżyć, a monitor staje się wtedy wirtualnym lustrem, które udostępnia klientowi szereg dodatkowych opcji. Nie zmieniając miejsca, jednym ruchem ręki można zmieniać ubiór, zrobić zdjęcie i wysłać je do swojego profilu na portalu społecznościowym lub też po prostu dodać towar do koszyka i sfinalizować zakupy. Za pomocą tej samej technologii można

mierzyć i przeglądać się w okularach lub nawet w butach przez siebie zaprojektowanych, pomimo, iż nie zostały one jeszcze wykonane. Już dostępnym, choć ograniczonym jeszcze, sposobem prezentacji towaru jest symulowanie ruchu grafiki zgodnie z ruchem ciała. Można więc będzie przekonać się o tym, jak prezentuje się przymierzane ubranie podczas siadania, biegania czy ruchu rękoma.

Różne punkty widzenia

Jeśli wydaje się Państwu, że powyższe rozwiązanie jest wciąż nieosiągalne dla przeciętnego Kowalskiego, być może zainteresują Państwa prostsze, a równie rozwiązania dla sklepu internetowego z odzieżą. Atrakcyjnym sposobem prezentacji towaru w sklepie jest zastosowanie wirtualnego pokazu mody lub trójwymiarowego manekina. Dzięki nim istnieje szansa na obejrzenie przedmiotu z dowolnej perspektywy. Przykład wykorzystania trójwymiarowego manekina w sklepie internetowym, można obejrzeć pod adresem: <http://www.360mannequin.com/>

Praktyczne szczegóły

Jedną z funkcji stosowanych w sklepach internetowych jest podgląd detali. Zamiast każdorazowego klikania na towar i potem przesuwania go tak, by móc obejrzeć interesujący detal, klient ma możliwość wyboru obszaru, który po wskazaniu kursorem zostanie powiększony. Jest to szczególnie istotne w branży bieliźniarskiej, gdzie wielokrotnie jeden detal przesądza o podjęciu przez klienta decyzji o zakupie. Przykłady takiego rozwiązania przedstawione zostały na poniższych zdjęciach.

Dość częstym problemem spotykanym w branży odzieżowej jest różnica między rzeczywistym rozmiarem towaru, a rozmiarem obowiązującym w danym kraju. O ile w tradycyjnym sklepie klient ma możliwość zmierzenia towaru i odłożenia go na półkę, o tyle w handlu internetowym narażony jest na ewentualne koszty. Ryzyko takie można zminimalizować poprzez proste rozwiązanie – umieszczenie na stronie swojego sklepu gotowej do pobrania i wydrukowania miarki. Poniżej znajduje się przykład jej zastosowania w internetowym sklepie z artykułami dziecięcymi. Klient drukuje miarkę, następnie stawiając na niej stopę dziecka, dobiera prawidłowy rozmiar obuwia oferowanego przez sklep.

Każdy doświadczony przedsiębiorca wie, że prowadzenie sklepu internetowego wiąże się z odpowiedzialnością i poświęceniem. Szczególnie, gdy z roku na rok przybywa nie tylko klientów, ale przede wszystkim konkurentów. Przedsiębiorcy, przyzwyczajeni do operowania ceną, operowania komunikatami marketingowymi i prowokowania reklamą, zapominają, że ze względu na ilość tego typu informacji, są one dla klienta po prostu uciążliwe. W tej sytuacji pociesającym staje się fakt, że

przedsiębiorcom nieustannie dostarczane są nowe narzędzia, dzięki którym mogą budować i zachowywać przewagę konkurencyjną, jednocześnie zachwycając swoich klientów nietuzinkowymi i ciekawymi rozwiązaniami.