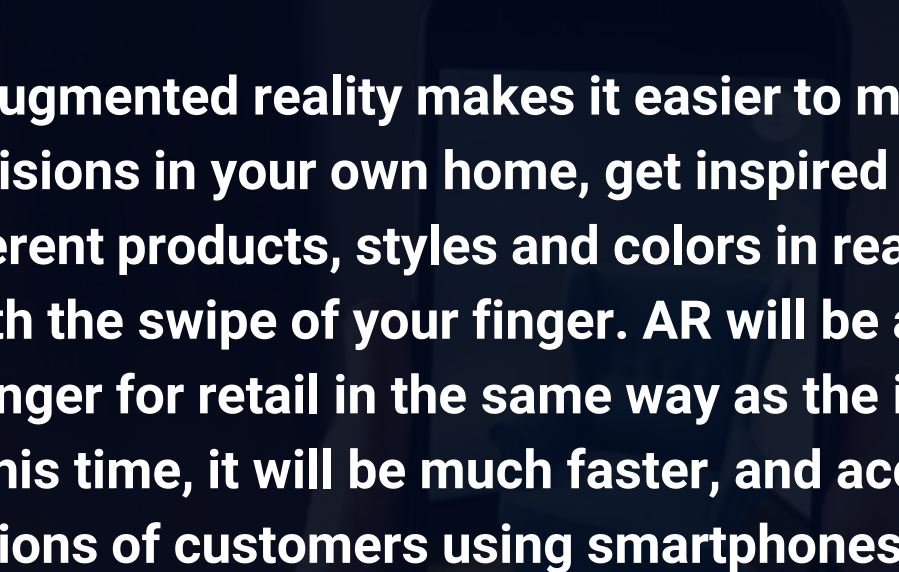


Augmented Reality in Marketing & Sales

Ontdek de waarde,
toepassingen en
business case voor
uw organisatie





“ Augmented reality makes it easier to make buying decisions in your own home, get inspired and try many different products, styles and colors in real-life settings with the swipe of your finger. AR will be a total game changer for retail in the same way as the internet. Only this time, it will be much faster, and accessible to billions of customers using smartphones and tablets.

Michael Valdsgaard, Leader Digital Transformation at Inter IKEA Systems

Voorwoord



“AR will change everything”. Tim Cook twijfelt niet aan de impact van augmented reality. De CEO van Apple verwacht dat AR binnen enkele jaren net zo onmisbaar is als onze mobiele telefoon. En dat merken zonder klantgerichte AR-oplossingen [net zo zeldzaam worden](#) als merken zonder website of social media-aanwezigheid. Waar social media mensen vaak isoleert, brengt augmented reality mensen volgens Cook juist bij elkaar, en biedt het échte meerwaarde in hun dagelijkse leven.

Dit jaar gaat de [miljardste](#) ‘AR-ready’ mobiele telefoon over de toonbank. Ook het aantal gebruikers en onderscheidende toepassingen groeit [exponentieel](#). Zoals eerder bij mobiele apps, zijn de meest succesvolle AR-applicaties het stadium van de gimmick inmiddels ruimschoot gepasseerd. Zij focussen op de dagelijkse behoeftes van honderden miljoenen mobiele consumenten, en voegen daar een virtuele laag met extra gemak, informatie en inspiratie aan toe.

Na het internet en social media ontwikkelt augmented reality zich zo tot het [derde grote tech-platform](#) met de kracht onze wereld te transformeren. Dankzij deze nieuwe technologie kunnen merken op zinvolle wijze aanwezig zijn op het snijvlak van de fysieke en digitale klantreis. Marketeers en Business developers die begrijpen hoe waardevol dat nu al is - en hoe onmisbaar dat in de toekomst zal zijn - vinden in deze whitepaper een serie succesvolle actuele voorbeelden als inspiratie.

Veel leesplezier gewenst,

Robert Boers | CEO TWNKLS

Gerben Harmsen | Founder TWNKLS

Jos Westerkamp | Marketing manager TWNKLS

U leest in dit expertpaper onder andere over

- De **technologie**. Hoe werkt AR? En wat is er nodig om ermee aan de slag te gaan?
- **Praktijkvoorbeelden**. Hoe zetten organisaties AR momenteel al in? Welke successen behalen ze daarmee? En wat is er nog meer mogelijk?
- **Businesscase**. AR wordt vaak nog als gimmick gezien. Wij focussen ons op AR sales tools en op wat je onderaan de streep overhoudt. Is er daarvoor een businesscase? We helpen u om hier inzicht in te krijgen.





"Augmented Reality is de toepassing van real-time informatie (in de vorm van tekst, beeld, audio of andere virtuele verrijkingen) die als een laag over objecten in de werkelijkheid wordt gelegd."

Definitie Gartner

"Virtual Reality creëert een computer gegenereerde 3D-omgeving die een gebruiker helemaal afsluit van de werkelijke omgeving, die op een natuurlijke manier reageert op acties die de gebruiker uitvoert."

Je ziet virtuele objecten in de fysieke wereld

Je hebt een goed overzicht van wat er om je heen gebeurt

Natuurlijke interactie met virtuele en fysieke objecten

Eigenschappen

Je bent compleet omgeven door een virtuele wereld

Je bent afgesloten van de echte wereld

Lastige interactie met niet-tastbare objecten in virtuele wereld

Marketing / Sales / Productie / Training / Assemblage

Bestaande omgevingen verrijken met virtuele visualisaties met als doel werken, leren en verkopen

Toepassingen

Projectontwikkeling / training / simulatie/ gaming/ film

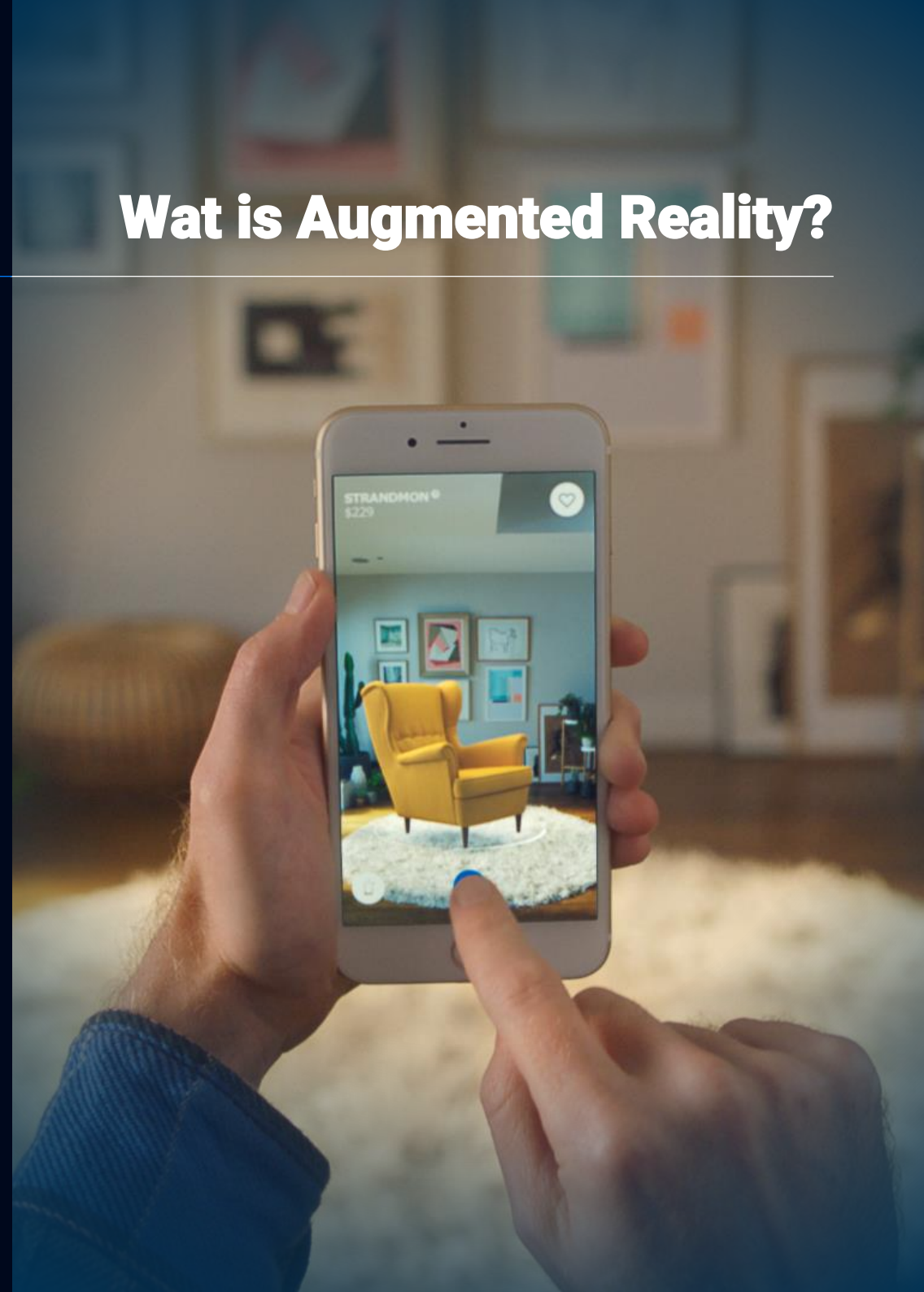
In omgevingen die niet beschikbaar zijn zoals een nog te bouwen huis of te risicovol zijn

Device met camera (smartphone, tablet, headset of slimme bril)

Hardware

Helm of bril die op het hoofd wordt bevestigd

Wat is Augmented Reality?



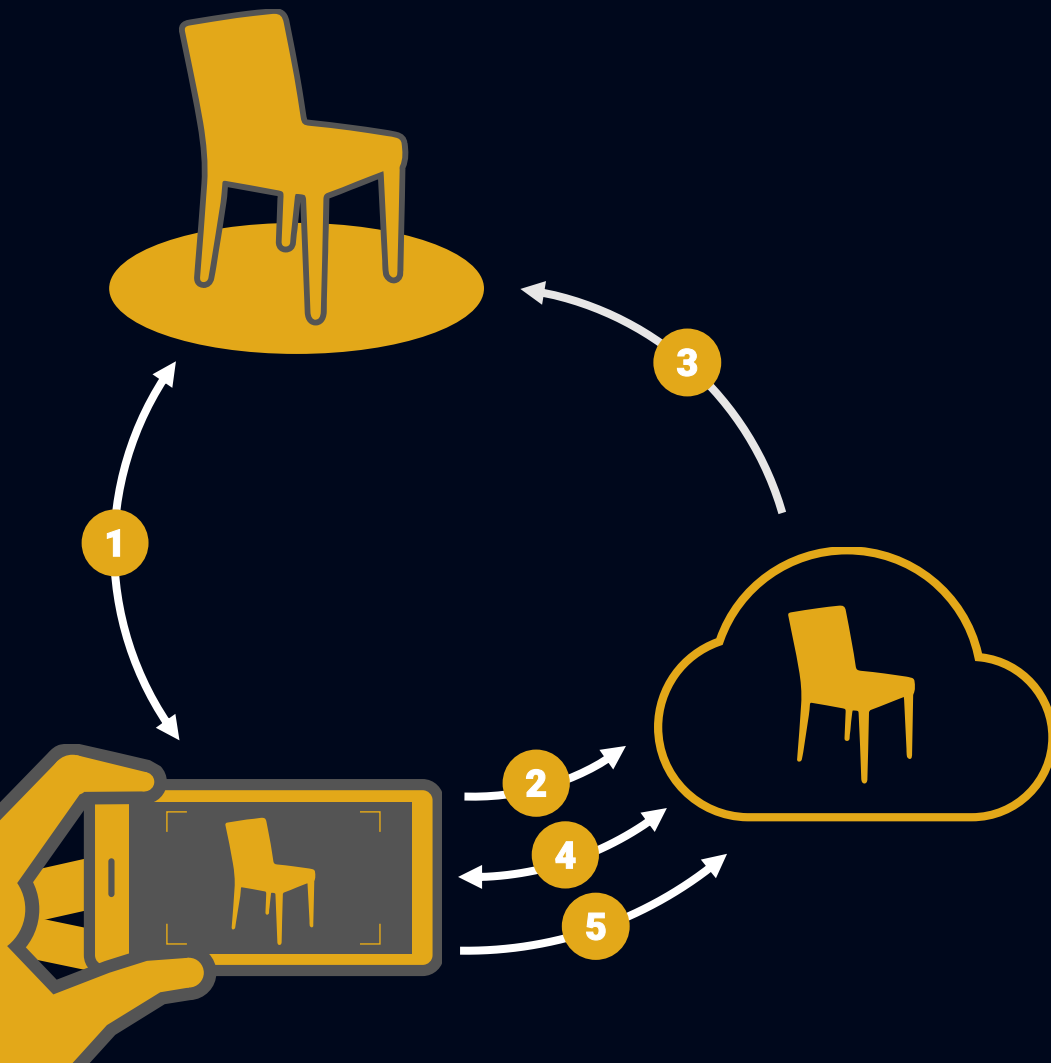


“

De jury bestempelt dit unaniem als een geweldige case. De timing ervan is perfect en het is zeer inspirerend om te zien dat een Nederlands bedrijf erin slaagt om in een internationale setting en in zo'n kort tijdsbestek van acht weken deze kwaliteit te leveren. TWNKLS en IKEA hebben hiermee een nieuwe interface knap naar het grote publiek kunnen brengen. Dit is een benchmark AR interface, een inspiratie voor de hele markt.

Jury Dutch Interactive Award 2018 over IKEA Place

Hoe werkt AR?



Augmented Reality voegt de fysieke en de digitale wereld samen. Hiervoor zijn technisch gezien vijf stappen nodig.

1 Herkenning

De AR-applicatie draait op een hardware-device met camera, zoals een tablet, smartphone of smartbril. De camera scant de omgeving op zoek naar de grond, een QR-code, 3D-vormen, locatie-gebaseerde informatie, image recognition of sensor data.

2 Verbinding

Nadat de fysieke objecten zijn herkend of de app weet waar zich de grond bevindt, wordt een connectie gelegd met de back end om de AR 3D te laden. Op dezelfde manier als een webbrowser een pagina laadt via een URL.

3 Visualiseren

Vooraf zijn regels ingesteld, bijvoorbeeld 'Als de AR-applicatie X herkent, dan wordt 3D Y weergegeven'. In de vrije ruimte, zoals een IKEA stoel op de vloer in de woonkamer. Of op een voorwerp, zoals de bedrading door een Lamborghini. Dit kan ook performancedata zijn, een onderhouds-checklist of de bekabeling achter de muren. Zie daarvoor de [managementhandleiding Industrie & Onderhoud](#).

4 Interactie

Het blijft niet bij het presenteren van statische 3D alleen: de gebruiker kan interacteren met het 3D. Bijvoorbeeld 3D laten bewegen, of kiezen uit andere configuraties. Dit kan door het gebruik van een touchscreen, door handgebaren of stemcommando's.

5 Integratie

De keuzes die tijdens de interactie worden gemaakt kunnen worden opgeslagen en worden verwerkt in een back end systeem zoals een CRM of ERP. Waarna een passend vervolg kan worden bepaald.

Plaats jouw product direct in de leefwereld van je klanten

Online en mobiele verkoop nam de afgelopen jaren sterk toe. Bovendien is er veel ruimte voor [verdere groei](#). Tenzij de [imagination gap](#) roet in het eten gooit. Ondanks alle foto's en copy in je folder of website zie je het product simpelweg niet voor je. Zeker bij duurdere aankopen twijfelt de consument daarom bij de koop-knop. Hetzelfde gemis zorgt voor het sterk groeiende aantal retour gezonden goederen. Niet voor niets spreken onderzoekers van een [trillion dollar problem](#).

Slimme marketeers gebruiken daarom augmented reality om hun producten direct in de leefwereld van hun klant te plaatsen. Daarmee laat je gewoon zien hoe het werkt. Hoe het voelt om er even omheen te lopen. Of het matcht met je interieur, je garderobe of de kleur van je ogen. Zo neem je in een keer veel twijfels weg. Niet voor niets [verkiest liefst 92 procent](#) van alle online shoppers AR-productinfo boven een traditionele e-commerce ervaring.

- Past deze bank eigenlijk wel in ons interieur? Dankzij de ruim 4 miljoen keer gedownloade [Place-app neemt IKEA](#) deze en andere veel voorkomende twijfels direct weg.
- Online hoedengroothandel Tenth Street Hats liet klanten hun hoofddeksel virtueel passen met AR, en genereerde zo 74% meer engagement en [33% hogere conversie](#).
- LVMH's make-up merk Sephora genereerde direct een [conversiestijging van 11 procent](#) met de mogelijkheid om make-up in augmented reality op je gezicht te testen.



Overtuig je klanten direct met nauwkeurige inmeting en messcherpe offerte

Consumenten met grote plannen voor hun huis lopen vaak meteen tegen een belangrijke vraag aan: past dit eigenlijk wel? Des te omvangrijker de gewenste aanpassing, verbouwing, benodigde montage of investering, des te groter de kans dat jouw potentiële klant hier meteen afhaakt. Geheel onnodig, omdat je deze drempel gemakkelijk kunt wegnemen met augmented reality. Met deze technologie kun je ruimtes en oppervlaktes namelijk ook op centimeters nauwkeurig meten.

De benodigde app werkt op elke nieuwe smartphone of tablet. Daarmee meten jouw klanten of verkoopmedewerkers snel en eenvoudig of die nieuwe bank wel in hun huiskamer past. Hoeveel zonnepanelen er op het dak passen, of hoeveel parketdelen er nodig zijn voor de huiskamervloer. De toegevoegde rekenmodule produceert meteen een messcherpe offerte voor aankoop én montage. En dankzij de 3D visualisatie tool kun je zelfs meteen het levensechte eindresultaat laten zien.

- [De Otolift AR tool](#) meet de trap binnen enkele minuten nauwkeuring in. En toont de klanten direct een de 3D-weergave van het eindresultaat. Daarmee is gehele sales cycle terug gebracht van 36 dagen naar 48 uur. En is het aantal klantbezoeken per verkoop met 50 % afgenomen.
- Door simpelweg een tablet op het dak te richten kan [de Rexel app](#) bepalen: hoeveel zonnepanelen daarop kunnen worden geplaatst, het aantal zonuren én de terugverdientijd. Resultaat: een zeer gepersonaliseerde offerte.





“

Klanten zien direct het resultaat en krijgen een goed beeld van hoe een lift er daadwerkelijk, in hun eigen huis, eruit komt te zien. Je hebt maar één kans als je bij de mensen thuis bent. Met de AR sales support tool van TWNKLS benutten we die optimaal.

Andre Ooms, Managing Director, Otolift trapliften

Guided selling: geef je product meer verkoopkracht

Verkoop je producten die zich onderscheiden met innovatieve technologie? Dan wil je je klanten liefst precies laten zien hoe dat werkt. Met augmented reality geef je ze letterlijk een 'kijkje onder de motorkap'. Of dat nu de geavanceerde werking van een motor, een remsysteem of de aerodynamica is: opeens toon je eenvoudig alle USP's die onzichtbaar zijn voor het blote oog. Je begrijpt pas hoe uniek een product is als de levensechte 3D visuals de unieke kwaliteiten letterlijk tot leven brengen.

Daar kan geen verkoopverhaal tegenop. Bovendien kun je de aantrekkelijke 3D weergave van je product direct voorzien van alle gewenste kleuren en opties. Liever een uitvoering in het rood, een ander model of een uitvoering met een aantal premium opties? Met één druk op de knop geef je je klant precies wat hij wil. Zo [personaliseer je](#) de koopervaring van je klanten, maak je cross- en upsellen makkelijk en hou je toch de regie over het verkoopverhaal van je verkopers (het zogenaamde '[guided selling](#)'). Bovendien kun je met minder voorraad méér aanbieden.

- Voor zijn nieuwe kledinglijn opende speelgoedfabrikant Lego een [geheel op ervaring](#) gerichte winkel, waar klanten de kleding alleen via augmented reality kunnen bekijken en bestellen.
- Lamborghini verkopers hebben alleen een iPad nodig om hun klanten alle 'onder de motorkap' verscholen technologie, onderdelen en constructies te tonen. Voor deze exclusieve nieuwe oplossing kunnen wij alleen persoonlijke links delen. Neem even [contact met ons](#) op!

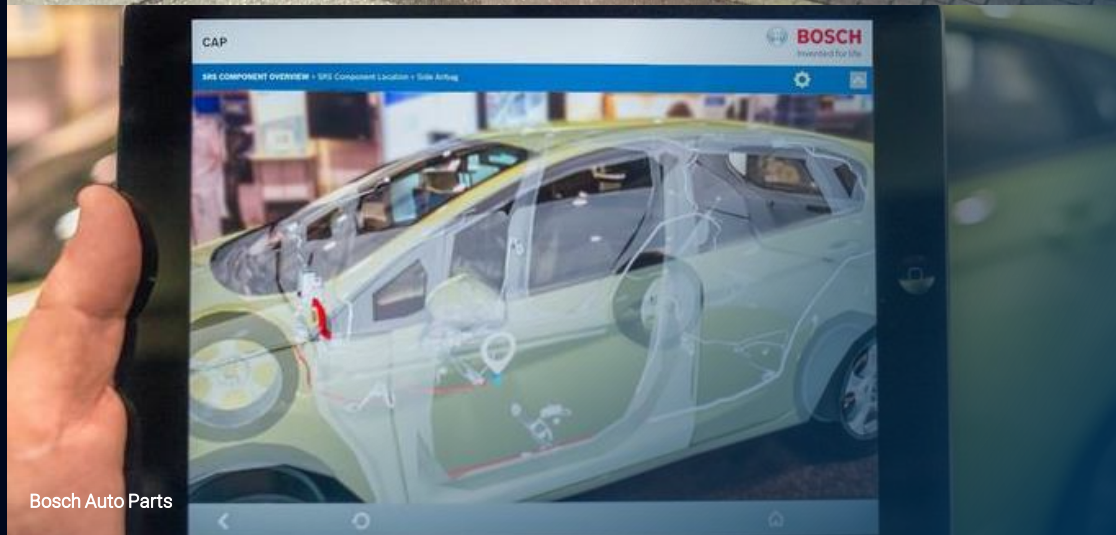
Innovam, TWNKLS



Toyota, Brandwidth



Bosch Auto Parts



AR-guided tours: bied gasten of winkelbezoekers een extra ervaringslaag

De smartphone drukt een steeds groter stempel op onze vrije tijd. Toeristen en dagjesmensen zijn per definitie nieuwsgierig naar hun omgeving, en gaan er van uit dat hun bestemming daar via het digitale en mobiele kanaal op inspringt. Augmented reality biedt de uitgelezen mogelijkheid om die extra ervaringslaag toe te voegen. Zie het als de Audiotour 3.0: alles wat je je gasten graag wilt vertellen, kun je nu gewoon laten zien in levensechte 3D visuals. En wie zegt dat het navigatie pijlen moeten zijn? Het kan ook je virtuele trouwe viervoeter zijn of [mister HotStepper](#).

Laat bijvoorbeeld zien hoe een gebouw er 200 jaar geleden uitzag. Breng een [schilderij tot leven](#), of vermaak wachtende bezoekers met een spannend voorproefje. Op soortgelijke wijze kun je winkelbezoekers met virtueel lichtspoor naar gezochte producten leiden. Of aanbiedingen en andere interessante producten in de schappen highlighten. Verrijk de productverpakking daarna met 3D visuals om de klant meer te vertellen over bijvoorbeeld ingrediënten, afkomst of andere USP's.

- Met een wervelende AR-presentatie toont het Mauritshuis bezoekers in enkele minuten hoe de [beroemde Gouden Zaal](#) in twee jaar tijd werd gerestaureerd.
- Voor zijn tv-serie Civilisations produceerde de [BBC een AR-app](#) waarmee bezoekers van Britse musea bijvoorbeeld de inhoud en vindplaats van een Egyptische sarcofaag kunnen bekijken.
- Op basis van een boodschappenlijstje en eerder gekochte producten loodst de AR-app van drogisterijketen Walgreens consumenten zo efficiënt mogelijk [door de winkel](#).



Maak van een frustrerende set up of montage een inspirerende 3D ervaring

Hoe vaak heb jij een inspirerende gebruiksaanwijzing of (montage) handleiding gelezen? Toch zijn deze vaak stoffige documenten een belangrijk onderdeel van je product. Iedereen die zelf wel eens een kast in elkaar heeft gezet of een TV heeft ingesteld weet hoe frustrerend dat kan zijn. Die negatieve emoties hebben vaak een [aanzienlijke impact](#) op de gebruikservaring én de merkperceptie.

Met augmented reality verander je die frustrerende zoektocht direct vanaf het uitpakken in een inspirerende ervaring. Pas onderdelen voor de ogen van je gebruikers in elkaar, en laat ze direct het gewenste eindresultaat zien. Neem ze daarna mee in een boeiende ontdekkingstocht langs alle product features en aandachtspunten voor onderhoud. Zo halen gebruikers direct het maximale uit hun nieuwe aanschaf. En dankzij heldere trouble shooting tips ontlast je ook direct je helpdesk.

- De [Mercedes Benz AR-app](#) geeft nieuwe autobezitters een inspirerende introductie van alle dashboard-onderdelen, en toont ze bijvoorbeeld hoe ze hun olie kunnen checken
- Dankzij [Vuforia Chalk](#) kunnen helpdesk-medewerkers (of handige vrienden) eenvoudig meekijken en assisteren bij het verhelpen van technische issues
- Met [Ikea's AssembleAR-app](#) wordt het in elkaar zetten van een kast, bed of tafel een fluitje van een cent.





“

TWNKLS heeft gezorgd voor onze grootste innovatie sinds 1653. Onze vazen worden op een fantastische manier gepresenteerd. Dankzij hen kunnen wij de toekomst inspringen en klanten bereiken die voorheen over ons heen zouden kijken. Niet voor niets is Augmented Blueware bekroond met een Dutch Design Award.

Joffrey Walonker, Design Manager, Royal Delft

Geef print een nieuwe ervaringslaag en interacteer met je doelgroep

Na een flinke dip is print weer helemaal terug. Met name [jongere generaties](#) ontwikkelen een sterke voorkeur voor magazines, kranten, boeken en zelfs folders. De fysieke, tastbare ervaring prikkelt de zintuigen en creëert vertrouwen. Augmented reality biedt de mogelijkheid om lezers vanuit dit aantrekkelijke startpunt mee te nemen in een interactief digitaal verhaal. Daarmee leg je een positieve emotionele connectie met je doelgroep, en heeft je boodschap veel [meer impact](#).

Een spannende productervaring, 3D-visuals of video, games of een quiz: de mogelijkheden om je doelgroep echte meerwaarde te bieden zijn bijna eindeloos. Dankzij de cross-channel link transporteer je je (potentiële) klanten bovendien naar levensechte ervaring waar je direct de interactie kunt aangaan. Naast de extra [inspiratie](#) leer je zo ook meer over de voorkeuren van je doelgroep, en kun je zelfs vanuit print op directe conversie aansturen.

- Via een advertentie in de krant verleidt Volkswagen potentiële nieuwe klanten direct tot het maken van een [inspirerende testrit](#).
- Met de [AR-app van de provincie Zeeland](#) hoeven toeristen alleen even hun telefoon op de landkaart te richten om direct allerlei interessante extra informatie over de locatie te zien.
- Luxe modemerken Net-a-Porter veranderde met augmented reality zijn magazine Porter in een aantrekkelijke [interactieve verkoopbrochure](#).



Disney



Häagen-Dazs / Jam3



OBI / TWNKLS

AR Portals: je fantasie is de enige beperking

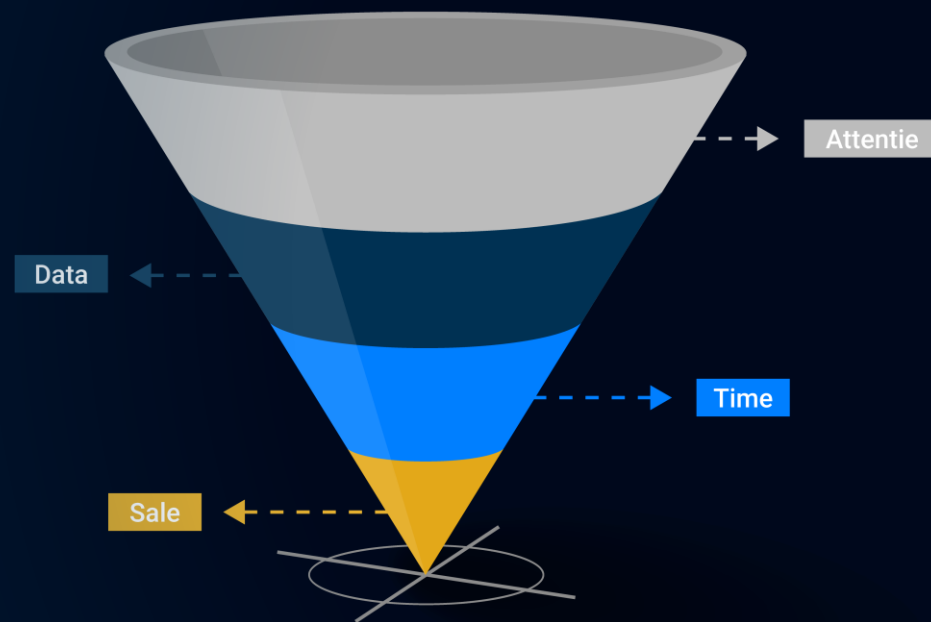


Een augmented reality portal geeft je toegang tot [een virtuele nieuwe wereld](#). Vergeet je touch screen, muis en navigatieknoppen: in deze wonderlijke digitale omgeving kun je helemaal vrij en intuïtief rondkijken. Voor jou als marketeer betekent zo'n portal een weergaloze kans om een unieke merkervaring te bieden. Daarmee leg je in één keer een diepe emotionele connectie met je doelgroep. De enige beperking in deze virtuele wereld zijn de grenzen van je fantasie.

Wil je je klanten laten zien waar en met welke zorg hun producten worden gemaakt? Vast een voorproefje geven van de hotelkamer, attractie, skipiste of rijervaring die ze te wachten staat? Of een ontdekkingstocht door de binnenkant van jouw innovatieve technologie? In jouw portal kun je ze onderdompelen in die inspirerende ervaring. Door de verregaande interactiemogelijkheden kunnen bezoekers hun ervaring bovendien zelf sturen. Daardoor blijft die beter hangen, en leveren hun keuzes interessante data op over hun voorkeuren en behoeftes.

- Amerikaanse festivalbezoekers kregen via de portal van het beroemde Smithsonian Museum een [exclusieve tour](#) langs een avant-garde deel van de collectie.
- Via een geheime knop in de IKEA Place app krijg je [een kijkje in het magazijn](#) van het Zweedse warenhuis.
- Om kijkers van de successerie 'Stranger Things' op te warmen voor het tweede seizoen opende Netflix een [portal naar de griezelkamer](#) van hoofdrolspeler Joyce.

Lead management: leer je klanten steeds beter kennen via AR-interactie



TWINKLS AR Sales framework

Zoals blijkt uit de voorgaande cases kun je jouw doelgroep de gehele klantreis door informeren, assisteren en inspireren met augmented reality. Help je klanten om hun ideale product te vinden, geef daar een extra ervaringslaag aan, toon alle specificaties en opties en laat zien hoe ze daar optimaal gebruik van kunnen maken. Al die interacties met je leveren bovendien een schat aan data op. Des te rijker je AR-aanbod, des te [meer inzichten](#) je kunt verzamelen over de wensen en behoeftes van je doelgroep.

In welke specificaties, opties, modellen en kleuren zijn ze met name geïnteresseerd? Hoe maken ze daar gebruik van? Welke opties zijn populair en voor welke functionaliteit bekijken gebruikers (te) vaak de trouble shooting tips? Door al die informatie leer je je klanten steeds beter kennen, en kun je je marketingactiviteiten en nieuwe producten nog [beter af te stemmen](#) op je doelgroep. En om jouw gebruikservaring zo goed te maken dat je klanten daar de volgende keer wéér voor kiezen.

- De Noovie Arcade AR-app laat [bioscoopbezoekers interacteren](#) met trailers en andere reclames, en verzamelt zo meer informatie over hun (film)voorkeuren
- De nieuwe Google Maps AR-toepassing [wijst gebruikers de weg](#) naar winkels en andere locaties, en leert zo direct meer over hun favoriete merken en bestemmingen
- Met zijn [Echo Look AR-oplossing](#) laat Amazon klanten zien hoe ze eruit zien in geselecteerde én voorgestelde kleding, en voegt het telkens nieuwe data toe aan zijn klantprofielen

Hadden we geen AR-glasses?

De consumentenmarkt was er nog niet klaar voor, maar op de werkvloer worden ze steeds intensiever gebruikt. Van beurshandelaren tot monteurs en chirurgen tot magazijnmedewerkers: steeds meer professionals werken sneller en effectiever dankzij hun smart AR-glasses. Twnkls verwacht dat smart glasses op termijn de dominante AR-interface wordt. Zeker met de komst van een nieuwe generatie die je niet meer van gewone brillen kunt onderscheiden.

Door de nog relatief hoge prijs en beperkte marktpenetratie zal dat zeker nog enkele jaren duren. Tot die tijd zijn alle ogen gericht op de smartphone. Eind 2019 zijn er een miljard telefoons met geavanceerde AR-functionaliteit. Het aantal ontwikkelaars dat werkt aan mobiele AR-applicaties groeit eveneens exponentieel. Zij profiteren van de snel ontwikkelende technologische infrastructuur die het produceren van aantrekkelijke AR-ervaringen op de smartphone steeds makkelijker maken.

De mobiele telefoon heeft nu al grote invloed op de manier waarop de moderne consument zijn leven organiseert. Door de krachtige synergie met de smartphone dringen de toepassingsmogelijkheden van augmented reality komende jaren door tot in de haarvaten van ons dagelijks bestaan. Na het internet en sociale media ontwikkelt augmented reality zich zo tot het derde grote tech-platform met de kracht onze wereld te transformeren.



A person stands on a dark, rocky outcrop, looking up at a vast night sky filled with stars and the Milky Way. The person is silhouetted against the bright, starry background. The landscape is rugged and dark, with a path leading towards the horizon.

Word jij de volgende IKEA?

TWNKLS is een gerenommeerde augmented reality pionier met een bewezen track record in het ontwikkelen en implementeren van hoogwaardige AR-ervaringen. Onze high-end enterprisetoeepassingen helpen grote merken én ambitieuze startups om hun klanten op effectieve en originele manier te informeren, verrassen en inspireren. Wij produceren geen gimmicks, maar oplossingen die echte waarde toevoegen. Onze talrijke **internationale awards** spreken voor zich.

Met onze eigen R&D-afdeling en in-house ontwikkelde **AR-computer vision technologie** kunnen we voor iedere vraag een passende oplossing ontwikkelen. Daarmee helpen we je om jouw product direct in de leefwereld van de klant te plaatsen. Je salestraject sneller en goedkoper te maken. Je winkel of showroom meer verkoopkracht te geven. Je storytelling campagne een extra dimensie te geven. En de relatie met je klanten te verdiepen met een echte emotionele connectie.

Augmented reality verbetert de manier waarop we werken, leren, ontdekken, delen en ervaren. De snelle ontwikkeling van deze veelzijdige technologie biedt een uitgelezen kans om jouw merk, producten, diensten en services op overtuigende wijze te onderscheiden van de concurrentie. Wij helpen je graag om die kans te pakken.

Loop snel door [ons handige schema](#), en neem direct contact met ons op!

7 VRAGEN VOOR DE AR BUSINESS CASE



1

Hoeveel omzet loop je mis doordat klanten 'hands on' ervaring met je product missen?

2

Hoe belangrijk is de mogelijkheid van up-sell en cross-sell voor jouw merk, en hoeveel omzet zou een effectieve manier om die te stimuleren kunnen opleveren?

3

Hoe hoog zijn de retourkosten voor jouw merk, en hoe hoog zijn de mogelijke besparingen doordat klanten als hun aankoop direct voor zich kunnen zien?

4

Hoeveel is de PR, in de vorm van interviews, keynotes, publicatie en social content, waard door als eerste klanten een AR tool aan te bieden?

5

Hoeveel retour- en foutkosten zou je kunnen besparen doordat klanten jouw product direct zeer nauwkeurig kunnen inmeten?

6

Hoeveel zijn de effectiever sales inspanningen waard die voort komt uit de klantdata die verkregen wordt doordat de klant de AR tool gebruikt?

7

Hoe waardevol is de verbeterde customer experience dankzij een inspirerende AR productinstallatie en service ervaring?



Contact

TWINKLS | augmented reality

Telefoon: +31 10 2600 200

Email: info@twinkl.com

Website: twinkl.com

TWINKLS b.v.

Stationsplein45 | Unit B1.036

3013 AK Rotterdam,

Nederland

Kamer van Koophandel : 52400050

twinkl.com/whitepaper