

Augmentez votre trousse d'outils en adoptant la réalité augmentée

Nicholas Pearson | Domtar | Spécialiste en marketing

Comment le papier peut-il devenir une version étendue du monde réel ? La réponse : grâce à la technologie, rendue possible par des visuels virtuels, des sons ou d'autres stimuli sensoriels. En termes simples, grâce à la réalité augmentée ou virtuelle

Comment le papier peut-il devenir une version étendue du monde réel ? La réponse : grâce à la technologie, rendue possible par des visuels virtuels, des sons ou d'autres stimuli sensoriels. En termes simples, grâce à la réalité augmentée ou virtuelle. La réalité augmentée est une expérience complètement immersive qui remplace un environnement réel par un environnement simulé. Il s'agit d'une tendance à la croissance rapide parmi les entreprises impliquées dans l'informatique mobile et les applications professionnelles. Nous avons parlé de la façon dont cela peut nous aider à maximiser nos budgets marketing, mais comment cela fonctionne-t-il et comment pouvons-nous en profiter ?

Comment la Réalité augmentée est-elle utilisée ?

Nous savons que la [réalité augmentée](#) est un sujet brûlant, et il est facile de comprendre pourquoi. La technologie associe de manière transparente une variété de méthodes de communication différentes dans une expérience omnicanale unique et conviviale et ses applications avec l'impression sont excitantes. Du [catalogue d'Ikea](#) permettant aux clients de tester virtuellement un canapé au paon 3D de [Print Media Center](#) qui présente au public les participants du [projet Peacock](#) ; la réalité augmentée a déjà été prouvée par de nombreux créatifs et spécialistes du marketing pour améliorer l'expérience de l'utilisateur.

La réalité augmentée peut être utilisée pour mettre en scène virtuellement un produit. Par exemple, [Susan Jones](#) l'a utilisé pour créer la scène ci-dessus mettant en vedette Xerox Vitality pour montrer comment nous pouvons partager nos produits. Nous avons la possibilité de faire pivoter des rames, de marcher autour de la scène, de tourner les pages d'un livre et plus encore. Les utilisateurs peuvent voir des produits dans des environnements 3D qui imitent la vie réelle et en temps réel par des tablettes ou des téléphones intelligents, ce qui entraîne une augmentation des ventes et un engagement accru des utilisateurs.

Les réalités à considérer

Pourtant, l'idée de la réalité augmentée peut être intimidante si vous n'avez jamais utilisé la technologie auparavant, alors voici 5 choses à considérer avant de commencer :

- 1. Votre public** – Comme pour toute campagne, vous devez commencer par comprendre votre public. Sont-ils des PDG de la génération X occupés qui veulent aller droit au but, ou sont-ils des membres de la génération Z qui ont besoin de quelque chose qui tape à l'œil pour capter une courte durée d'attention ? Définir les données démographiques de votre public cible vous aidera à déterminer le type de technologie de réalité augmentée qui convient le mieux à votre projet.
 - 2. Le parcours client** – À quel stade du cycle d'achat se trouve votre prospect ? Recherchent-ils toutes les options (vous voudriez vous concentrer sur la sensibilisation) ou sont-ils prêts à faire un achat (parlez davantage des caractéristiques et des avantages de votre produit et travaillez avec votre entreprise) ? Cependant, la cartographie du parcours client est normalement évoquée dans le contexte du marketing numérique. Les avantages se répercutent également dans le domaine omnicanal.
 - 3. Vos objectifs** – Définissez vos objectifs. Bien sûr, en tant que spécialistes du marketing et créatifs, nous voulons tous promouvoir quelque chose, mais quels sont les objectifs supplémentaires de votre client et/ou de votre entreprise ? Est-ce la notoriété de la marque, la fidélisation à la marque ou l'application du marketing de contenu pour être une ressource pour votre client ? C'est un autre domaine où la création d'une carte du parcours client vous aidera à définir le type d'approche réalité augmentée qui vous convient.
 - 4. Votre recherche** - Le budget est probablement le sujet préféré de chaque créatif, mais établir un budget avant de commencer un projet de réalité augmentée est absolument nécessaire en raison de la vaste gamme d'options disponibles. Nous sommes tous impressionnés par l'utilisation de la réalité augmentée par Ikea, mais ce type de programmation personnalisée peut facilement vous coûter environ 50 000 \$, peut-être plus. Si un grand budget n'est pas accessible, demandez-vous si un programme personnalisé est vraiment nécessaire pour atteindre vos objectifs et résonner auprès de votre public. Si tous les besoins de votre public sont une approche omnicanale transparente, il existe de nombreuses applications de réalité augmentée faciles à utiliser et abordables. Si vous travaillez pour une grande entreprise ou une institution, n'oubliez pas de vous pencher sur vos ressources humaines internes.
- Il peut y avoir quelqu'un dans le département de conception qui sait comment éditer une vidéo, par exemple. Peut-être qu'un designer ou un développeur web aime avoir l'opportunité d'apprendre une nouvelle compétence, mais le besoin ne s'est pas encore fait sentir pour justifier le temps passé. Vous ne savez jamais jusqu'à ce que vous demandiez. De plus, y a-t-il une installation d'impression en usine dans votre entreprise ou organisation ? Bon nombre de ces départements avant-gardistes ajoutent la réalité augmentée et d'autres moyens de communication à leurs offres de services pour mieux servir leurs clients.
- 5. Votre impression (et papier)** - Dans la plupart des cas, l'impression est le principal véhicule qui déclenche l'expérience de la réalité augmentée. L'imprimé et le papier captent l'attention de votre public, établissent le message et créent le besoin. Ne vous concentrez pas tellement sur le composant de la réalité augmentée que l'impression devient une réflexion après coup - votre public cible peut finir par ne jamais l'utiliser.

En fin de compte, la meilleure façon de commencer est de poser des questions et de faire des recherches.

Récupéré de [Domtar](#)