**A virtuális valóságban működő ‘próbáld ki, mielőtt megveszed’ tesztvezetés egyszerűbbé teszi a vásárlást – a hét minden napján, napi 24 órában**

* A jövőben a virtuális valóság technológiával még kényelmesebben próbálhatjuk ki az autókat
* Otthonról akár sivatagi környezetben is tesztelhetünk egy SUV-t, de ugyanígy a mindennapos útvonalainkat is bejárhatjuk egy autóval
* A vásárlók számára nehéz a döntés, ezért szeretnék kipróbálni a termékeket és a szolgáltatásokat
* A Ford szerint eljön az idő, amikor a vásárlók bármilyen autót kipróbálhatnak majd – bármilyen helyszínen, tetszésük szerinti időn át
* A vállalat már az új generációs Fiesta tervezéséhez is széles körben alkalmazta a virtuális valóság technológiát

**2017. március 29.** – A virtuális valóság (VR) technológia alighanem alapjaiban formálja át életmódunkat a következő évtizedek során.\*

A mozik VR-filmeket vetítetnek majd, a betegek VR-vizsgálatokon és kezeléseken esnek át, a vásárlók pedig beléphetnek az általuk kiválasztott termékek és szolgáltatások világába, s egy egészen új dimenzióban próbálhatják ki az új dolgokat. Például az autókat.

A Ford minden eddiginél szélesebb körben alkalmazza a VR technológiát autóinak tervezéséhez – most pedig a vállalat nekilátott, hogy feltérképezze, milyen új megoldásokat kínál e technológia az értékesítésben.

“Bár ez még teljesen felderítetlen terület, mégsem nehéz elképzelni, hogy valaki, aki egy SUV-t szeretne venni, a sivatagi homokdűnék közt teszteli az autót – méghozzá úgy, hogy közben ki sem kell mozdulnia otthonából,” vélekedett Jeffrey Novak, a Ford Motor Company digitális élményekért felelős vezetője. “Aki pedig egy városi kiskocsit keres, az este, a gyerekek ágyba fektetése után is kipróbálhatja az autót a délutáni csúcsforgalomban.”

Ma már megszokott dolog, hogy az online vásárlók ki tudják próbálni, hogyan áll majd nekik az új szemüveg vagy ruha, sőt azt is megnézhetik, hogyan mutatna egy új autó a házuk előtt. Ám Sheryl Connelly, a Ford globális trend- és jövőkutató részlegének vezetője szerint ezek a vevők néha túlságosan sok – egyformán jónak tűnő – ajánlatba futnak bele, ami úgynevezett ’döntési dilemmához’ vezet.\*\*

“Az interneten a vásárlók rengeteg választási lehetőséggel találkoznak, ami elbizonytalanítja őket,” mondta Connelly. “A termékek és a szolgáltatások kiválasztását ma még mindig megnehezíti, hogy nem könnyű ennyi dolgot kipróbálni a vásárlás előtt.”

A praktikus pénzügyi kérdések mellett az autóvásárlás egyik legfontosabb tényezője a ‘tisztán érzelmi’ szempont\*\*\*, ezért a tesztvezetés olyan, mint a vevő mindent eldöntő első randevúja leendő autójával. A VR segítségével azonban a vásárló egyszerre több modellt is kipróbálhatna – ott, ahol ő szeretné, és tetszése szerinti időn át –, így már jó előre, még jóval a márkakereskedésbe való látogatása előtt eldönthetné, milyen autót akar. A technológiával akár még a kiválasztott modell ‘újautó-illatát’ is szimulálni lehetne.

A Ford jelenleg is vizsgálja a különféle virtuális és kiterjesztett valóságokban rejlő lehetőségeket. A következő évtizedekben e technológiák a valós környezetben digitális hologramokat jelenítenek majd meg, amelyekkel a vásárlók interakcióba léphetnek, és minden szempontból mérlegelhetik, hogy az adott termék megfelelő-e számukra.

“Arra számítunk, hogy egy nap a vásárlók már szimuláció útján is pontosan meghatározhatják, milyen fényezést vagy kárpitozást akarnak, és a virtuális valóságban bármilyen helyszínen és napszakban kipróbálhatják az autót,” magyarázta el Novak. “A jármű legapróbb részleteit is megismerhetik, hiszen a lehetőségek száma gyakorlatilag végtelen.”

A Ford már ma is széles körben használja autói tervezéséhez a VR eljárást. A kölni Dizájn Stúdión belül működő, csúcstechnológiájú műhelyben a tervezők egy jármű minden részletét megszemlélhetik – anélkül, hogy a maga fizikai valóságában is elkészítenék a prototípust. Ezzel a módszerrel gyorsan és hatékonyan tökéletesíthetik a kiváló minőségű anyagokból készített belső burkolatok felületkidolgozását. Az új generációs Fiesta esetében a dizájnerek így találták meg a kezelőszervek optimális helyét, a műszerfal legelőnyösebb kialakítását és az ülések legjobb pozícióját is.

„Az emberek három perc alatt eldöntik, hogy egy terméket szeretnek vagy sem, és nincs ez másként az autók esetében sem,” – állítja Amko Leenarts, a Ford globális utastér-tervezési munkálatainak vezetője. „Abban a pillanatban, amikor beülünk egy autóba, kapcsolatba kerülünk a szagokkal, a felületekkel vagy az ajtócsukódás hangjával. Mindez nagyon erőteljes benyomást kelt, és mi, formatervezők éppen e kellemes első benyomás megteremtésével segíthetünk a tökéletes vásárlói élmény megteremtésében.”

# # #

\* <https://www.thebigbangfair.co.uk/media/49557/the-future-of-shopping-compendium-final.pdf>

\*\* <https://media.ford.com/content/fordmedia/feu/en/news/2016/12/07/amidst-unprecedented-change-and-uncertainty--ford-trend-report-h.html>

\*\*\* <http://www.nielsen.com/us/en/insights/news/2014/the-heart-of-the-issue-emotional-motivators-rev-up-automotive-purchase-intentions-around-the-world.html>

***A Ford Motor Company***

*A Ford Motor Company globális autóipari és mobilitási vállalat, amelynek központja a Michigan állambeli Dearborn. Az összesen mintegy 201.000 alkalmazottat foglalkoztató, világszerte 62 gyártóüzemet működtető vállalat alaptevékenysége a Ford személyautók, városi terepjárók (SUV) és haszongépjárművek, valamint a Lincoln luxusautók gyártása, értékesítése, finanszírozása és a velük kapcsolatos szolgáltatások biztosítása. Ugyanakkor a Ford lendületesen dolgozik az új lehetőségek kiaknázásán az elektromos autók, az önvezető járművek és a mobilitás területén. A vállalat a Ford Motor Credit Company révén pénzügyi szolgáltatásokat is nyújt. Amennyiben több információra van szüksége a Ford termékeiről és szolgáltatásairól, kérjük, keresse fel a* [*www.corporate.ford.com*](http://www.corporate.ford.com) *vagy a* [*www.ford.hu*](http://www.ford.hu) *honlapot.*

*A saját tulajdonú vállalatokban körülbelül 52.000 alkalmazottat, az összevont, illetve nem összevont közös vállalkozásokkal együtt pedig mintegy 68.000 embert foglalkoztató* ***Ford Európa*** *felel a Ford márkához tartozó autók gyártásáért, értékesítéséért és karbantartásáért Európa 50 piacán. A Ford Motor Credit Company mellett a Ford Európa üzleti tevékenysége magában foglalja a Ford Ügyfélszolgálat és 24 gyártóüzem (16 saját tulajdonú vagy összevont közös vállalat és 8 nem összevont közös vállalkozás) működtetését. Az első Ford autókat 1903-ban szállították Európába – ugyanabban az évben, amikor a Ford Motor Companyt alapították. Az európai gyártás 1911-ben indult meg.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Sajtókapcsolat:** | Györke Orsolya |  |
|  | **Ford Közép- és Kelet-**  **Európai Értékesítő Kft.**  1138 Budapest Népfürdő u. 22. |  |
|  | Tel: +36 1 2454 205 |  |
|  | email: [ogyorke@ford.com](mailto:ogyorke@ford.com) |  |