

Mache einen Schritt Richtung Zukunft mit Augmented Reality: Das sind die ultimativen Vorteile des AR-Shoppings im E-Commerce



Da die Welt der Technologie immer weiter fortschreitet, erweitern sich auch die Möglichkeiten des E-Commerce stetig. Augmented Reality Shopping ist dabei eine der neuesten und auch spannendsten Innovationen.

In diesem Blogpost werde ich dir eine Einführung in die Welt des Augmented Reality Shoppings geben und dir erklären, welche Vorteile diese Technologie birgt. Wir werden uns außerdem anschauen, welche Herausforderungen und Limitierungen es gibt, und welche Auswirkungen AR auf die E-Commerce-Branche haben kann.

Was ist Augmented Reality Shopping?

Augmented Reality Shopping ist ein Konzept, bei dem virtuelle Elemente in die reale Welt integriert werden, um ein verbessertes Einkaufserlebnis zu schaffen. Das bedeutet, dass deine Kund:innen Produkte durch ihre Smartphones oder Tablets in ihrem eigenen Zuhause

oder an einem anderen Ort betrachten können. Und das so, als ob die Artikel tatsächlich vor ihnen stehen würden. Augmented Reality (AR) verwendet dabei eine Kombination aus visuellen und akustischen Elementen, um eine immersive Erfahrung zu schaffen.

AR-Shopping wird von vielen Einzelhändler:innen und E-Commerce-Unternehmen als Weg gesehen, um das Einkaufserlebnis ihrer Kund:innen zu verbessern. In der Tat zeigt eine Umfrage von Google, dass 61 % der Verbraucher:innen eher bei Einzelhändler:innen einkaufen würden, die AR-Technologie anbieten.

Vorteile von Augmented Reality Shopping im E-Commerce

Verbessertes Einkaufserlebnis

Einer der größten Vorteile von Augmented Reality Shopping ist die Verbesserung des Einkaufserlebnisses. Kund:innen betrachten Produkte in ihrer eigenen Umgebung, was ihnen eine klare Vorstellung davon gibt, wie das Produkt in ihrem Zuhause oder an ihnen selbst aussieht. Dies kann dazu beitragen, die Kaufentscheidung zu erleichtern und die Kundenzufriedenheit zu erhöhen.

Diese Ortsunabhängigkeit machte sich gerade in der Corona-Pandemie bezahlt. Facebook AR-Partners Vertriebspartner meldete einen Anstieg von 19 % beim Kunden-Engagement für Stores, die AR-Funktionen anboten.

Reduzierte Rücksendungen

Ein weiterer Vorteil von AR Shopping ist die Reduzierung von Rücksendungen. Wenn Kund:innen sich vorab intensiv mit dem Produkt beschäftigen, wissen sie eher, ob die Ware auch wirklich zu ihnen passt. Das trägt dazu bei, dass deine Kundschaft mit größerer Wahrscheinlichkeit die gekauften Produkte auch behält.

Steigerung der Verkäufe

AR Shopping kann auch dazu beitragen, die Verkäufe zu steigern. Wenn Kund:innen sich lange mit Artikeln beschäftigen, entsteht eine emotionale Bindung zum Produkt. Das führt dazu, dass Kund:innen Produkte eher kaufen. Eine Studie des Facebook AR-Partners Vertriebspartner hat gezeigt, dass Unternehmen, die AR-Technologie in ihren Online-Shop integrieren, einen Anstieg der Conversion-Rate von bis zu 90 % sehen können. Du siehst, AR macht sich bezahlt!

Der Einfluss von AR auf E-Commerce-Sales

Wie bereits erwähnt, hat Augmented Reality Shopping das Potenzial, die Verkaufszahlen in der E-Commerce-Branche zu erhöhen. Eine Umfrage von Retail Perceptions ergab zum Beispiel, dass 40 % der Kunden bereit wären, mehr für ein Produkt auszugeben, wenn sie es vorher über Augmented Reality betrachten könnten.

Darüber hinaus kann AR Shopping auch dazu beitragen, die Kundenbindung zu erhöhen. Kunden, die ein positives Einkaufserlebnis haben, sind eher bereit, erneut bei einem Einzelhändler einzukaufen oder ihn sogar weiterzuempfehlen.

Integration von Augmented Reality in E-Commerce-Plattformen

Um Augmented Reality Shopping in deine E-Commerce-Plattform zu integrieren, benötigst du eine Software, die es deinen Kund:innen ermöglicht, Produkte über Augmented Reality zu betrachten. Es gibt mehrere Unternehmen, die solche Software anbieten, darunter Shopify AR, Threkit und ViewAR. Diese Unternehmen bieten auch Tools an, mit denen du AR-Inhalte in deine bestehende E-Commerce-Plattform integrieren kannst.

Beispiele für erfolgreich implementiertes AR-Shopping

Ein Beispiel für ein Unternehmen, das erfolgreich Augmented Reality im E-Commerce einsetzt, ist IKEA. IKEA hat eine Augmented Reality-App entwickelt, die es Käufer:innen ermöglicht, Möbel in ihren eigenen vier Wänden zu betrachten. Die App verwendet dabei AR-Technologie, um Möbelstücke in die reale Welt zu projizieren. Das Ergebnis: Eine höhere Kundenzufriedenheit und reduzierte Rücksendungen.

Ein weiteres Beispiel ist Sephora, ein Unternehmen, das Schönheitsprodukte verkauft. Sephora hat eine Augmented Reality-App entwickelt, mit der Kunden Lippenstiftfarben und Make-up-Produkte am eigenen Gesicht testen. Diese Funktion hat dazu beigetragen, dass Kund:innen die Produkte besser kennenlernen und ihnen größeres Vertrauen schenken, als einem simplen Produktbild.

Die wichtigsten Industrien, die vom AR-Shopping profitieren

Es gibt mehrere Branchen, die von Augmented Reality Shopping profitieren. Einige der wichtigsten Branchen sind:

Möbel- und Einrichtungsgeschäfte

Möbel- und Einrichtungsgeschäfte können von Augmented Reality Shopping profitieren, indem sie wie IKEA ihren Kund:innen die Möglichkeit geben, Möbel in ihrem eigenen Heim zu betrachten. Dadurch wissen Kund:innen schon vor dem Kauf, welche Farbe das Möbelstück haben soll und ob die Maße stimmen.

Kosmetik- und Modebranche

Wie Sephora zeigt, können Kosmetik- und Modeunternehmen Augmented Reality nutzen, um Kund:innen Lippenstift, Kleider und Co. virtuell auszuprobieren. Damit entfällt der endlose Kreis aus online bestellen, zuhause anprobieren und alles zurückschicken. AR übernimmt hier einen kritischen Zwischenschritt und erleichtert Käufer:innen die Vorauswahl der Artikel.

Automobilindustrie

Die Automobilindustrie kann Augmented Reality nutzen, um Kund:innen einen Wagen in 3D vorzustellen, ohne, dass die Kund:innen das Autohaus besuchen müssen. So sind Interessent:innen nicht an Öffnungszeiten oder verfügbare Kaufberater:innen angewiesen. Sie können sich den Wagen, die Innenausstattung und Extras jederzeit digital ansehen.

Herausforderungen und Limits der AR-Technologie

Obwohl Augmented Reality Shopping viele Vorteile bietet, gibt es auch Herausforderungen und Limitierungen.

Zum einen solltest du dir bewusst machen, dass eine gute AR-Anwendung Geld kostet. Investiere hier also nur, wenn du das notwendige Budget aufbringen kannst.

Eine weitere Herausforderung ist zum Beispiel, dass zwar viele, aber nicht alle Kund:innen Zugang zu den erforderlichen Geräten wie Smartphones oder Tablets haben. Das solltest du bei der Planung einer AR-Kampagne im Hinterkopf behalten.

Und so gut AR inzwischen aussieht, die Technologie noch nicht vollständig ausgereift. So kann es immer mal zu Bugs, Glitches und Kompatibilitätsproblemen mit bestimmten Geräten kommen. AR-Anwendungen benötigen also konstante Pflege und Anpassungen. Das sollte dir vorher bewusst sein, da die Arbeitsstunden zur Behebung solcher Fehler mit Kosten verbunden sein können.

Je nach Art der AR-Anwendung musst du zudem auf eine angemessene Einhaltung des Datenschutzes achten. Hole dir hierfür im Zweifelsfall kompetente Beratung.

Die Zukunft von AR-Shopping im E-Commerce

Die Zukunft von Augmented Reality Shopping in der E-Commerce-Branche sieht vielversprechend aus. Immer mehr Unternehmen setzen erfolgreich auf die AR-Technologie. Aber nicht so viele, wie erwartet. Laut dem Portal Mobile Marketer nutzen aktuell nur schätzungsweise 1 % der Unternehmen AR. Doch die Technologie kommt: Schätzungen zufolge wird AR im Jahr 2024 einen Marktwert von etwa 50 Milliarden erreichen.

Hier kannst du also mit lukrativen Aussichten eine echte Vorreiterrolle einnehmen und deiner Kundschaft faszinierende neue Shopping-Erlebnisse präsentieren.

Fazit

Insgesamt bietet Augmented Reality Shopping viele Vorteile für die E-Commerce-Branche. Es kann dir helfen, das Einkaufserlebnis zu verbessern, die Verkaufszahlen zu steigern und die Kundenbindung zu erhöhen. Es gibt jedoch auch Herausforderungen und Limitierungen, die berücksichtigt werden müssen.

Wenn du darüber nachdenkst, Augmented Reality in deinen Online-Shop oder Store zu integrieren, solltest du dich an einen erfahrenen Anbieter wenden, der dir helfen kann, die beste Lösung für dein Unternehmen zu finden.