



УДК 004.9:005.4:339.9+007

Лакуста А. О.

ВІРТУАЛЬНІ ПРИМІРОЧНІ - МАРКЕТИНГОВІ ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Звичайні примірочні у магазинах поступово відходять у минуле, новою тенденцією 2015 року стали віртуальні примірочні для здійснення онлайн-покупок. Віртуальні примірочні – це гаджет, за допомогою якого можна приміряти багато речей за короткий проміжок часу. Примірочні працюють за принципом дзеркала, тобто людина дивиться у дзеркало і бачить своє відображення у новому вбранні.

На даному етапі ми спостерігаємо грандіозне відкриття у торгівлі. Враховуючи постійне зростання обсягу торгівлі через інтернет, гряде нова хвиля у сфері самого процесу здійснення онлайн-шопінгу, - відвідування віртуальних примірочних. Такі примірочні дозволяють покупцям приміряти одяг онлайн, використовуючи такі методи як 3D моделювання образу і сканування тіла [1].



Рис. 1. Віртуальна примірочна (Джерело: [2]).

На даному етапі віртуальні примірочні починають використовувати декілька відомих брендів, такі як Superdry, Thomas Pink, Hugo Boss і Tesco. Але поки це не набуло масового застосування. Щоб з'ясувати головні причини цього, проаналізуємо маркетингові переваги та недоліки віртуальних примірочних.

До головних маркетингових переваг віртуальних примірочних можна віднести наступне:

- Економія часу. У нашому світі люди постійно кудись поспішають, а віртуальні примірочні допоможуть їм вивільнити час та витратити його ефективніше, наприклад, зустрітись з рідними, друзями, приділити увагу дітям.

- Віртуальна примірочна є частиною процесу онлайн-покупки. У час «інтернет буму» інтернет-магазинам потрібно шукати нові маркетингові інструменти забезпечення власної конкурентоспроможності в онлайн-просторі. Крім того, розробники вже починають створювати програмні забезпечення, за допомогою яких клієнти інтернет-магазинів зможуть приміряти та купувати речі, не виходячи з дому, чи офісу.



- Такий інструмент дозволяє дуже швидко отримати пораду від друзів. Часто приміряючи одяг, клієнти не можуть вирішити, яка річ пасує більше. Віртуальні примірочні дають можливість зробити фото екрану, викласти його у соціальну мережу та попросити поради у друзів.

- Відсутність черг до примірочних. Віртуальні примірочні розвантажать звичайні примірочні, людям не потрібно буде чекати доки звільниться примірочна, а згодом зовсім замінять їх. Це обумовлено швидкістю роботи віртуальних примірочних, адже людям не потрібно витратити час на перевдягання, а потрібно тільки натиснути на кнопку та подивитися у дзеркало.

- Така технологія є ринковою новинкою. Коли людина дізнається про новинку, одразу поспішає перевірити, як це працює на собі. Отже, така інноваційна технологія залучатиме більшу кількість споживачів, які не підуть без оновок.

До основних маркетингових недоліків віртуальних примірочних відносяться наступні:

- Слід враховувати, що для багатьох людей, які відвідують магазини, шопінг – це відпочинок. Пошук нових речей серед великої різноманітності для них – це справжній відпочинок, який дає можливість розслабитись та забути про всі клопоти, а отже таким людям віртуальні примірочні будуть не подобатись через те, що віртуальні примірочні не потребують прямого контакту між товаром та споживачем.

- Застосування такої технології неминуче призведе до скорочення кількості консультантів. З часом відбудеться повна заміна звичайних примірочних на віртуальні. Це у свою чергу призведе до зменшення кількості робочих місць, що може негативно відобразитися на соціальному становищі таких працівників.

- Віртуальні примірочні мають високі технологічні вимоги. Зокрема, для їх безперебійного функціонування потрібно забезпечення інтернетом з високою швидкістю, адже весь облік покупок через такі віртуальні примірочні буде вестись онлайн.

Проаналізувавши маркетингові переваги та недоліки, можна зробити висновок, що в більшій мірі споживачі готові переходити на віртуальні примірочні, але їх виробникам потрібно повністю вдосконалити їх розробку. Я вважаю, що проблем із залученням інвестицій у цей проект не повинно бути, адже це дійсно майбутнє роздрібних магазинів. Віртуальні примірочні можна використовувати у рекламі, а саме розміщувати дзеркало у людських місцях. Приклад такого застосування представила компанія Goerz, яка у рекламній кампанії розмістила свої віртуальні примірочні на вокзалі, що допомогло компанії залучити нових клієнтів [3].

Тому вже сьогодні можна передбачати, що віртуальні примірочні масово захопивши онлайн-простір створять справжню революцію.

Список джерел (References):

1. Інспіра. [Електронний ресурс] / inspira.in.ua. – 2015. - Режим доступу : <http://inspira.in.ua/ru/video/>
2. Mobile Tech Today [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://today.mts.com.ua/posts/shoping-majbutnogo-texnologiyi-dopomozhut-xoditi-v-magazin>
3. На вокзалах Німеччини з'явилися віртуальні примірочні для взуття [Електронний ресурс] / [Bigmir.net](http://bigmir.net). – 2012 - Режим доступу: <http://news.bigmir.net/business/573095-Na-vokzalah-Nimechchini-zyavilisya-virtyalni-primirochni-dlya-vzyttya>.