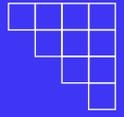


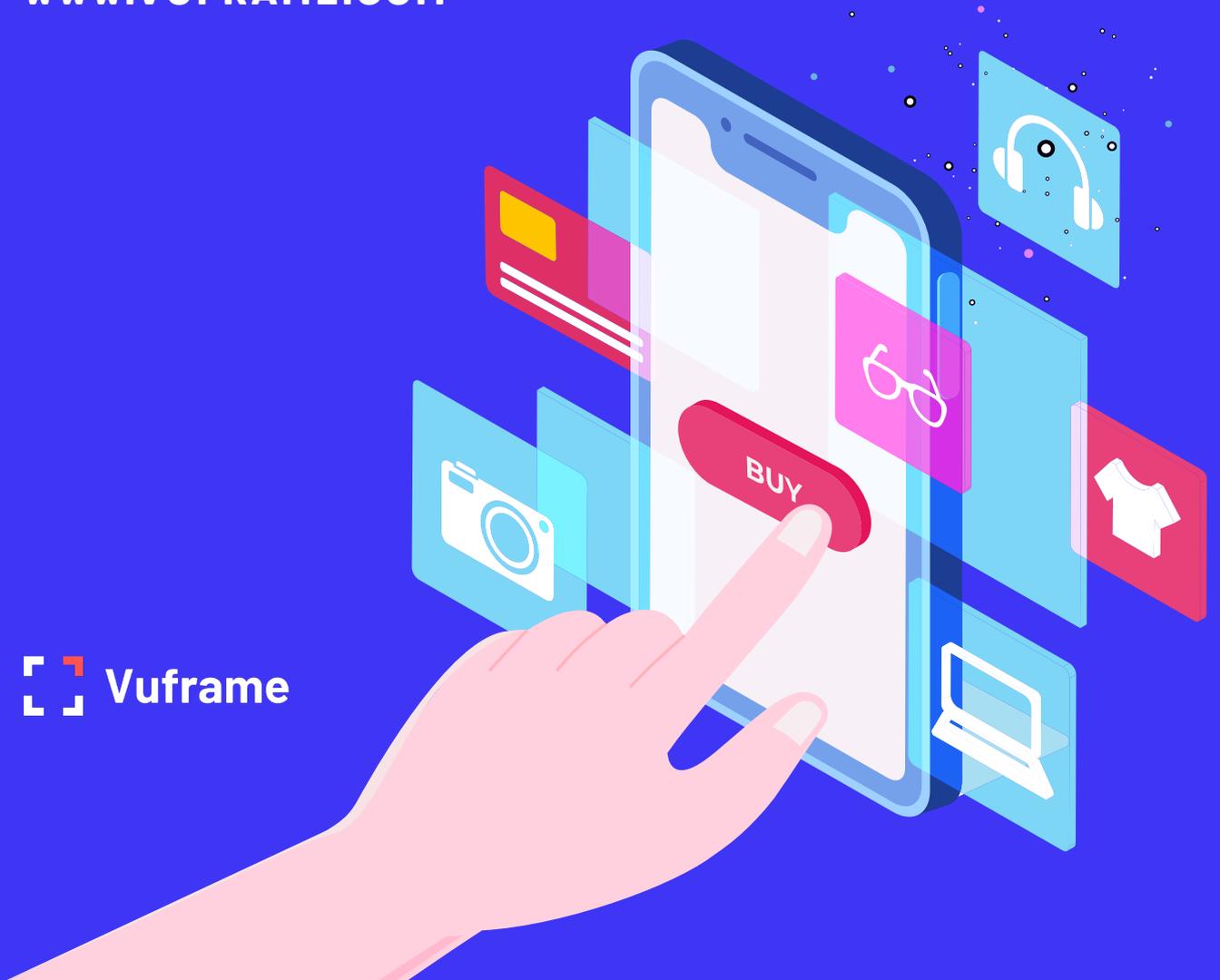
WHITEPAPER

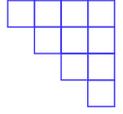


3D und Augmented Reality im E-Commerce

WWW.VUFRAME.COM

 Vuframe





Einführung



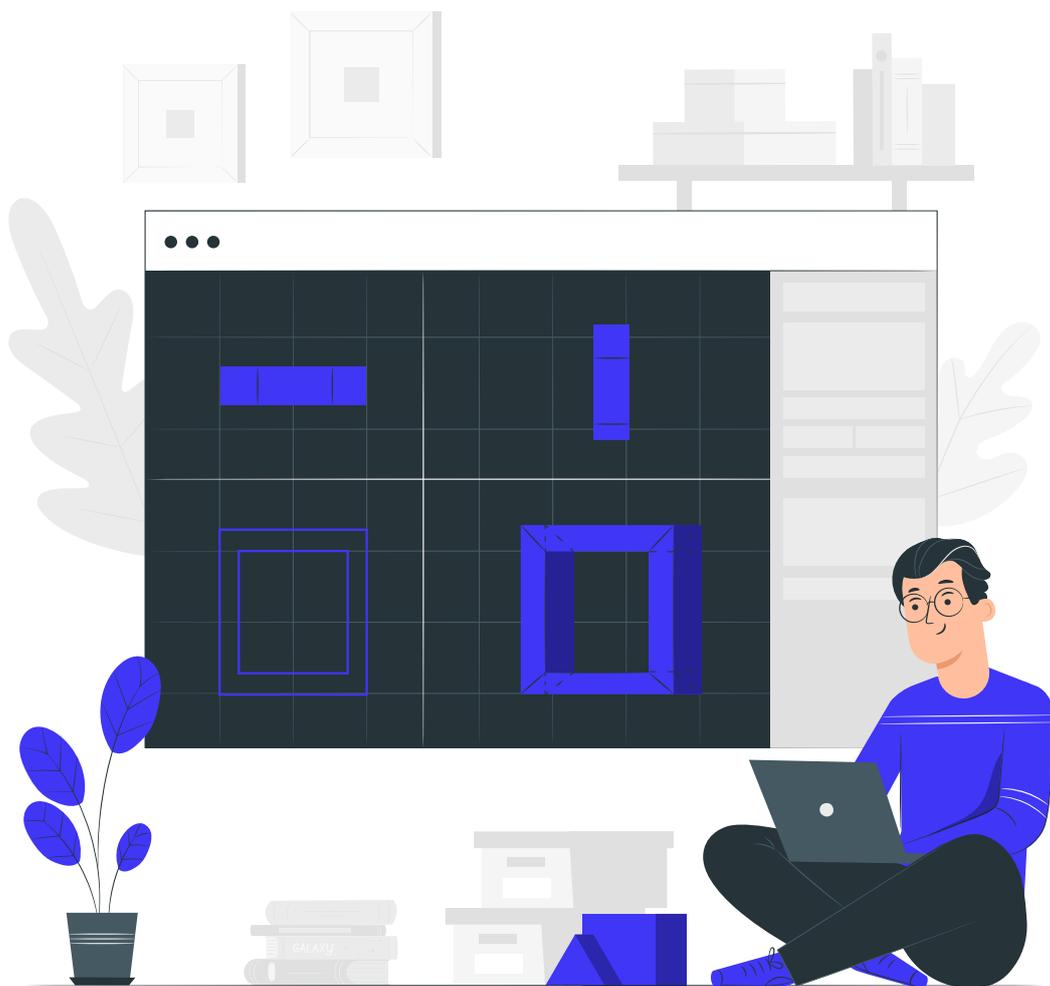
Der elektronische Handel, also der E-Commerce, hat seit seinen Anfängen mehrere Revolutionen erlebt. Von einfachen Online-Katalogen bis hin zu interaktiven Einkaufserlebnissen - die Entwicklung war schnell und gewaltig. Heute ist der nächste Schritt dieser Revolution in vollem Gange - eine Revolution, die das gewaltige Potenzial der 3D-Technologie nutzt.

Googles jüngste Integration von 3D-Modellen für Such- und Shopping-Ergebnisse signalisiert eine tektonische Verschiebung in der digitalen Landschaft. Ein solcher Schritt eines Tech-Giganten unterstreicht die Dringlichkeit für Marken und Hersteller, sich weiterzuentwickeln, und da die Konkurrenz bereits vorprescht, um diesen Wandel zu nutzen, gibt es wenig Raum für Selbstzufriedenheit.

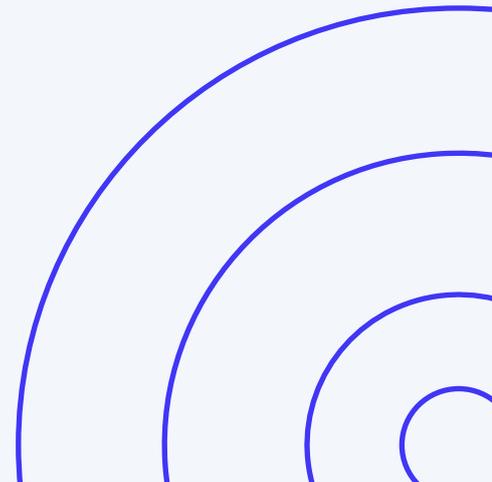
Natürlich geht es bei der Einführung von 3D im E-Commerce nicht nur darum, mit den Branchentrends Schritt zu halten.

Es geht darum, das Benutzererlebnis neu zu definieren, die Produktvisualisierung zu verbessern und letztendlich den Umsatz zu steigern. Vuframe hat es sich zur Aufgabe gemacht, Herstellern bei diesem Übergang zu einer digitalen 3D-Welt zu unterstützen. Unser Auftrag? Unternehmen dabei zu helfen, mehr zu verkaufen und ein größeres Publikum zu erreichen, indem wir Produkte in möglichst ansprechenden, interaktiven Formaten präsentieren.

Mit diesem Whitepaper möchten wir die Entwicklungen beleuchten, die 3D und die damit verbundenen Technologien für den E-Commerce mit sich bringen, und Unternehmen, die bereit sind, den Sprung in die Zukunft des E-Commerce zu wagen, einen Einblick in die Praxis geben.



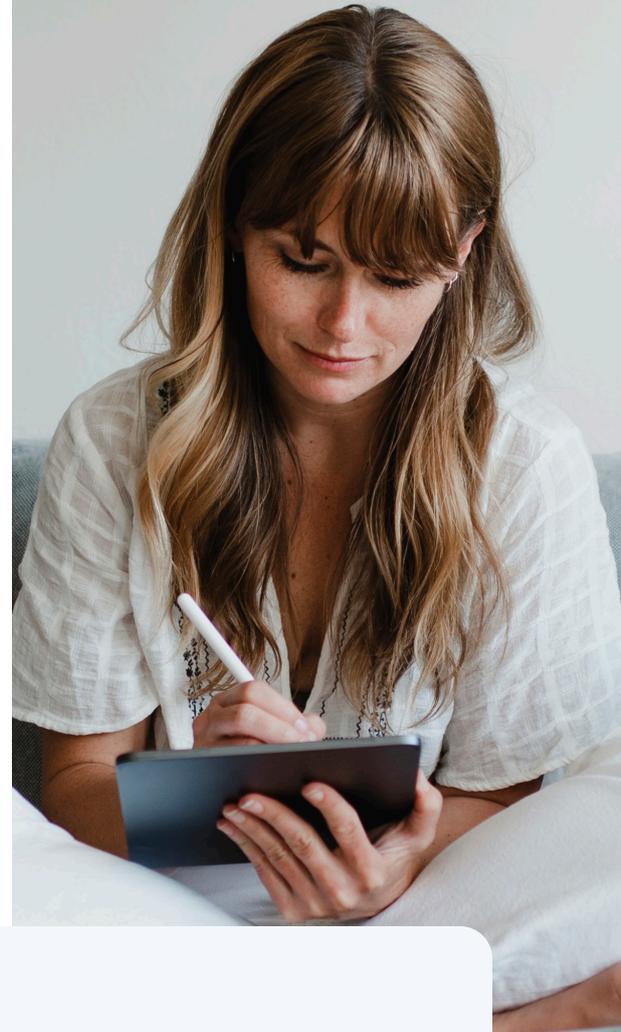
Die zunehmende Dominanz von 3D im E-Commerce



E-Commerce ist traditionell eine zweidimensionale Angelegenheit, bei der die Verbraucher flache Bilder der Produkte betrachten, die sie kaufen möchten. Da sich die Technologie weiterentwickelt (und die Erwartungen der Verbraucher steigen), entwickelt sich der Bereich des Online-Shoppings schnell zu einem interaktiven und immersiven Erlebnis.

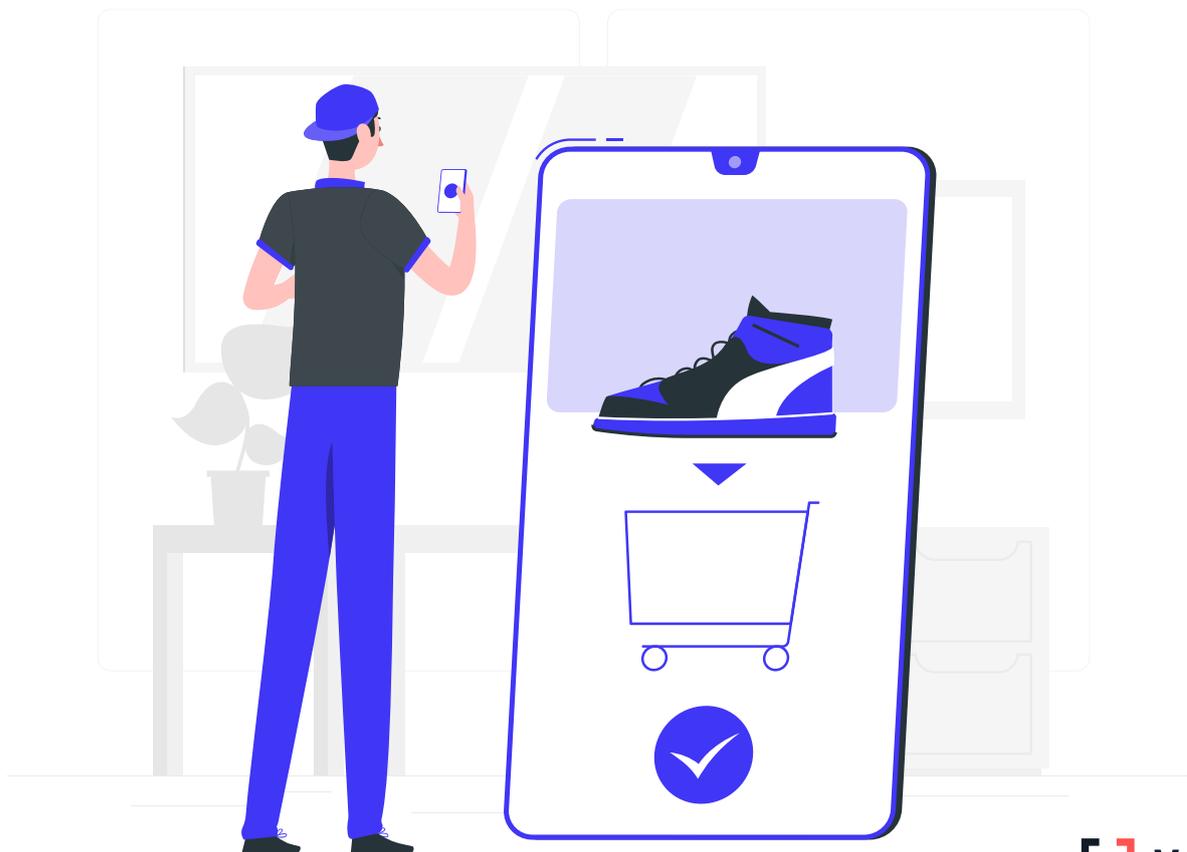
Wenn wir nur ein paar Jahre zurückblicken, können wir feststellen, dass der allmähliche Wechsel [von statischen Bildern zu Videos](#) das Online-Shopping grundlegend verändert hat. Jetzt steht 3D als nächster großer Evolutionsschritt an, der das Einkaufserlebnis noch interaktiver und lebensechter macht.

Google hat mit seinem enormen Einfluss auf das Online-Verhalten sein Gewicht in diese Veränderung eingebracht. Ihre jüngste Initiative zur Integration von 3D-Modellen in die Such- und Shopping-Ergebnisse ist keine bloße Ergänzung - sie ist ein Hinweis auf die künftige Richtung des Online-Handels. Marken und Hersteller, die sich nicht an diese Welle anpassen, riskieren, von vorausschauenderen Konkurrenten in den Schatten gestellt zu werden.

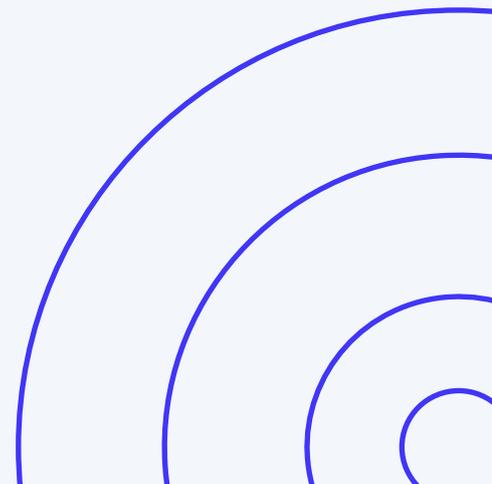


Die von Amazon im Jahr 2020 eingeführte Funktion "View in Room" ist ein weiterer Beweis für diesen Paradigmenwechsel - sie ermöglicht es Kunden, ein Produkt virtuell in ihrem eigenen Raum zu platzieren und so die physische und die digitale Welt auf eine bisher ungeahnte Weise zu verschmelzen.

Aber warum schlägt 3D so hohe Wellen? Ganz einfach: Es stärkt das Vertrauen der Verbraucher. Wenn Kunden Produkte aus allen Blickwinkeln betrachten, virtuell mit ihnen interagieren und sie sogar in ihrer eigenen Umgebung visualisieren können, wird der Entscheidungsprozess reibungsloser und fundierter. Dies führt nicht nur zu einer höheren Kaufwahrscheinlichkeit, sondern auch zu einer größeren Zufriedenheit nach dem Kauf. Das Beste sowohl für den Webanbieter als auch für den Nutzer ist, dass die Technologie bereits vorhanden ist - der Endnutzer muss nichts kaufen oder verwenden, was er nicht schon hat, denn 3D- und AR-Renderings können mit Smartphones, Tablets und Laptops genutzt werden.



Augmented Reality und 3D werden die neue Normalität im Online-Verkauf werden





Stellen Sie sich eine Welt vor, in der Verbraucher ein Produkt nicht nur online sehen, sondern auch virtuell mit ihm interagieren und es sogar in ihrer eigenen Umgebung platzieren können, bevor sie einen Kauf tätigen. Das ist keine Science-Fiction mehr - dank Augmented Reality (AR) und 3D-Technologien ist es heute Realität.

Sowohl AR als auch 3D lassen den Benutzer in ein erweitertes Erlebnis eintauchen, allerdings auf unterschiedliche Weise. AR überlagert digitale Informationen in der realen Welt und verbessert (oder erweitert) das, was wir sehen, hören und fühlen. 3D hingegen ermöglicht es dem Benutzer, den Artikel innerhalb der Verkaufsplattform zu manipulieren und aus allen Blickwinkeln zu betrachten.

“

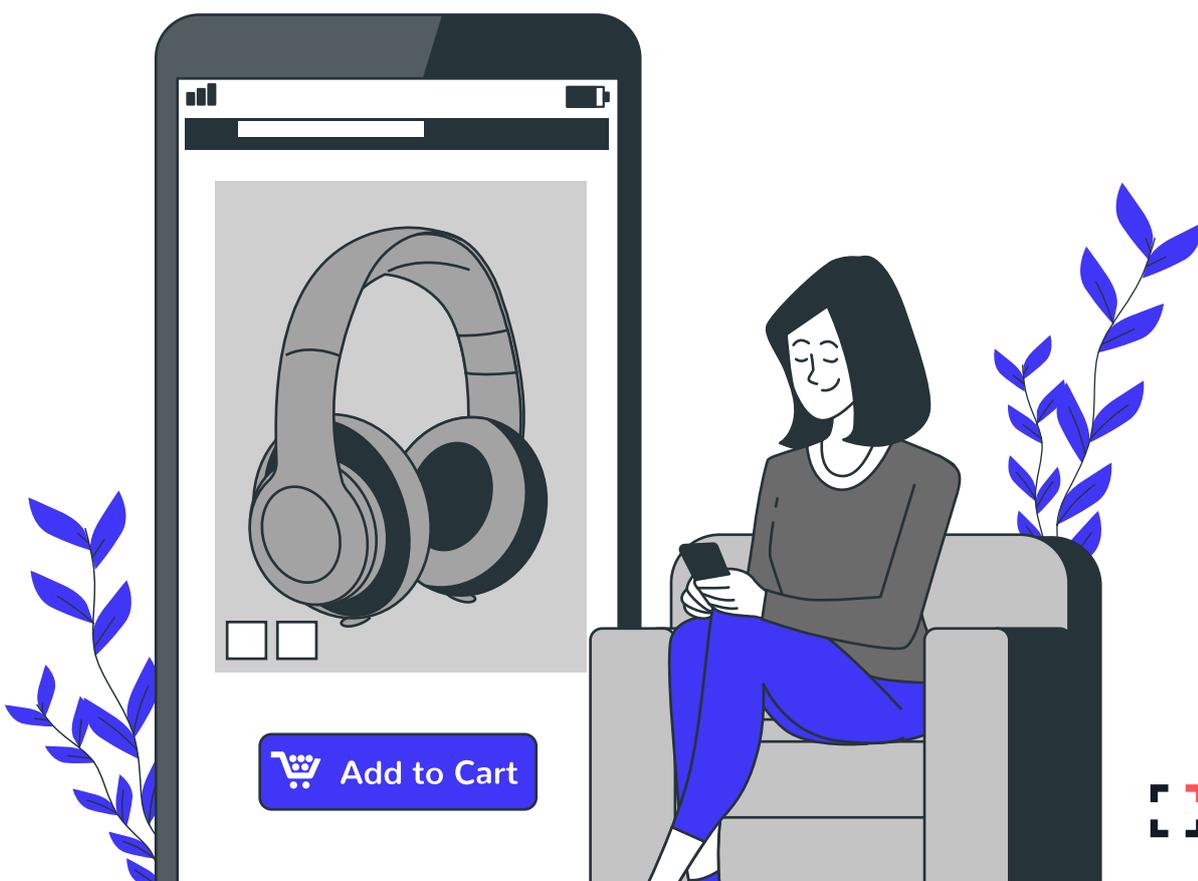
Wenn diese Technologien auf den elektronischen Handel angewandt werden, haben sie das Zeug dazu, die Art und Weise, wie Verbraucher einkaufen, grundlegend zu verändern.

– ANDREAS ZEITLER – CEO, VUFRAME

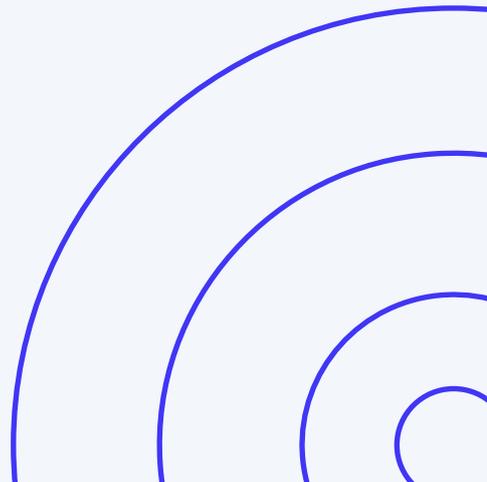
”

Einer der wichtigsten Indikatoren für das transformative Potenzial von AR ist die Auswirkung auf die Konversionsraten - Unternehmen, die AR- und 3D-Funktionen integriert haben, konnten [durchweg](#) einen Anstieg der Konversionsraten verzeichnen, wobei AR- und 3D-Funktionen die Konversionsraten um bis zu [250 %](#) erhöhten. Große Plattformen wie Shopify haben die Bedeutung dieses Trends erkannt und bieten daher native 3D- und AR-Integrationen an. Solche Integrationen ermöglichen es auch kleinen und mittleren Unternehmen, diese Technologien zu nutzen, die Vorteile zu demokratisieren und sie einem breiteren Spektrum von Verkäufern zugänglich zu machen.

Die Vorteile von AR beschränken sich nicht nur auf die Konversionsraten - [Studien haben gezeigt](#), dass Verbraucher, die AR für ihre Kaufentscheidungen nutzten, weniger geneigt waren, ihre Einkäufe zurückzugeben. Diese Erkenntnis unterstreicht einen weiteren unschätzbaren Aspekt von AR: Indem sie den Verbrauchern ein genaueres Verständnis dessen vermittelt, was sie kaufen, fördert sie das Vertrauen und verringert die Reue nach dem Kauf.



Die Rolle von Smart 3D in der Customer Journey

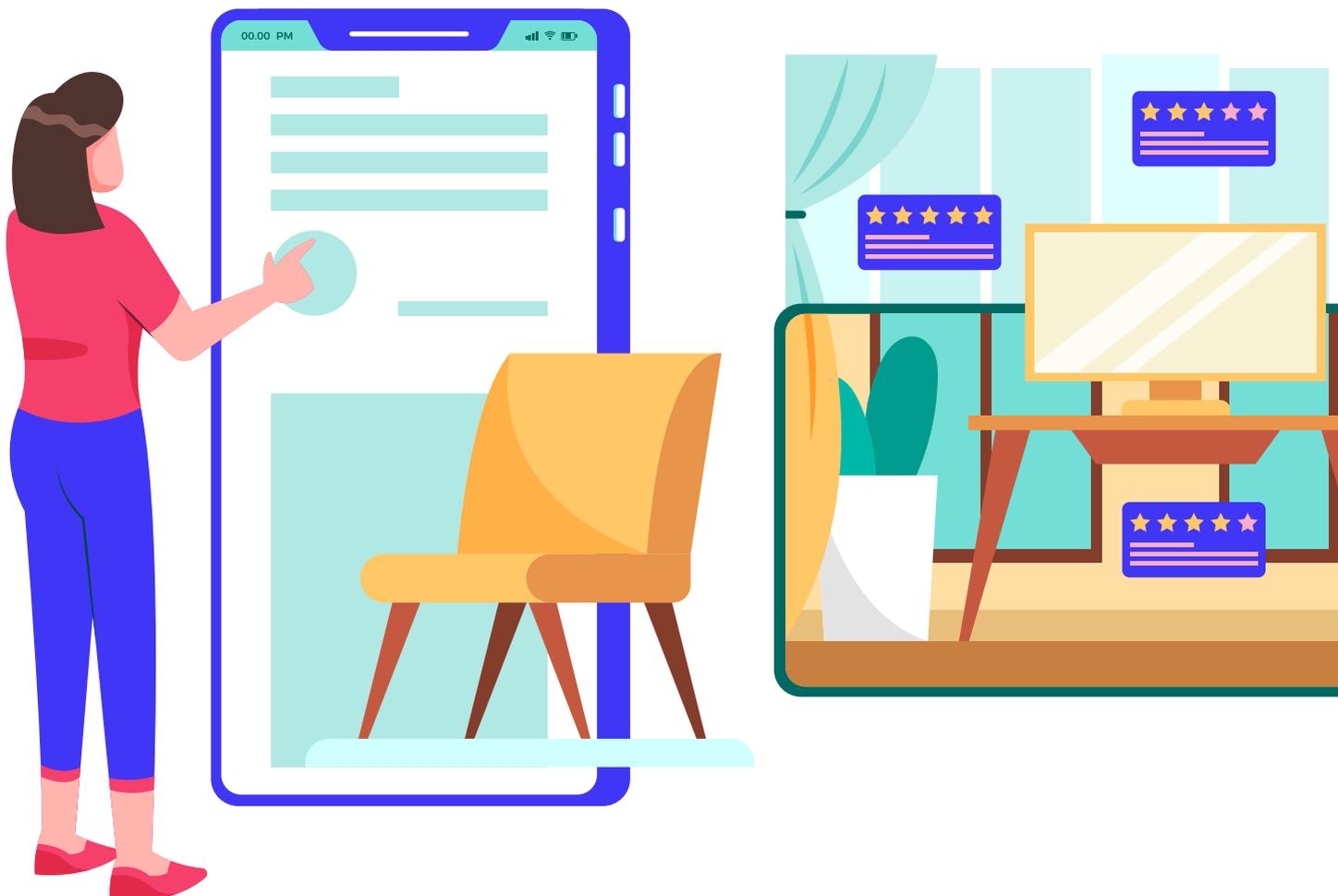




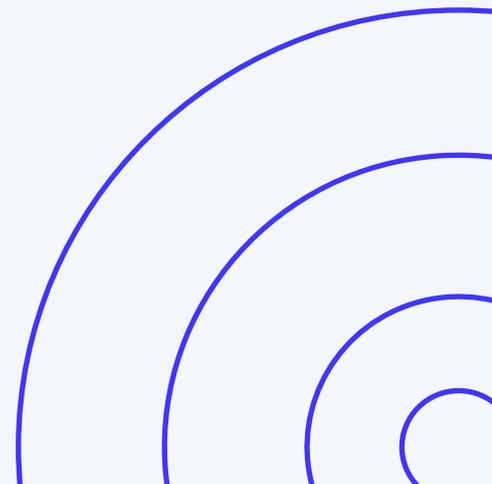
Mit dem Fortschreiten des digitalen Zeitalters verschwimmen die Grenzen zwischen physisch und virtuell immer mehr und geben Unternehmen leistungsstarke Werkzeuge an die Hand, um ihr Publikum zu fesseln und zu begeistern wie nie zuvor. Smart 3D ist mehr als nur eine dreidimensionale Darstellung eines Produkts, es ist ein interaktives, intelligentes Modell, das sich an die Interaktionen des Benutzers anpassen und darauf reagieren kann. Diese Dynamik ermöglicht es Unternehmen, Produkte in ihrer ganzen Pracht zu präsentieren und potenziellen Kunden eine detaillierte Ansicht zu bieten, die mit traditionellen Methoden einfach nicht erreicht werden kann.

Im Rahmen des Online-Marketings und der Lead-Generierung bietet Smart 3D unvergleichliche Vorteile, da Unternehmen die Aufmerksamkeit potenzieller Kunden durch die Integration von 3D-Modellen auf Websites oder in digitalen Anzeigen effektiver gewinnen können. Es geht nicht mehr nur darum, ein Produkt zu betrachten, sondern es zu erleben. Diese Art der immersiven Erfahrung führt zu einer längeren Verweildauer auf der Website und zu höheren Interaktionsraten - was wiederum zu einer besseren Markenbekanntheit und höheren Umsätzen führt.

Der Einfluss von 3D macht nicht vor dem Laptop-Bildschirm halt - Veranstaltungen und Messen, traditionell eine Hochburg physischer Displays, setzen ebenfalls auf 3D-Technologien. Stellen Sie sich eine Messe vor, auf der die Besucher mit Hilfe einer AR-Brille oder ihres Smartphones mit einem Produkt in 3D interagieren, seine Funktionen in Echtzeit anpassen oder es sogar virtuell testen können. Auch im traditionellen Einzelhandel bieten sich hervorragende Möglichkeiten: Bekleidungs-, Schmuck- und Kosmetikgeschäfte (zum Beispiel) können das Verkaufserlebnis für ihre Kunden durch neue Technologien verbessern. Integrationen wie diese verbessern nicht nur das Benutzererlebnis, sondern rationalisieren auch den Prozess der Lead-Generierung und liefern den Unternehmen umfangreichere Daten über die Vorlieben und das Verhalten potenzieller Kunden.



Vertrauen, Bequemlichkeit und Kontrolle auf dem Weg zum Verbraucher



Bei der digitalen Transformation des E-Commerce, die durch Technologien wie 3D und AR vorangetrieben wird, geht es nicht nur um auffällige visuelle Effekte oder beeindruckende technische Integrationen - im Kern geht es um grundlegende menschliche Bedürfnisse und Wünsche während des Kaufprozesses. Diese lassen sich perfekt in den drei C's (aus dem Englischen) zusammenfassen: Confidence = Vertrauen, Convenience = Bequemlichkeit und Control = Kontrolle.

Vertrauen



Ein Hauptproblem für Online-Käufer war schon immer die Unsicherheit, die mit der Ungreifbarkeit von Produkten verbunden ist - die Unfähigkeit, das Produkt tatsächlich zu "sehen", führt oft zu einem Zögern bei der Entscheidungsfindung und einer höheren Wahrscheinlichkeit von Produktrückgaben. Die Integration von 3D- und AR-Lösungen überbrückt diese Lücke, da die Verbraucher Produkte in ihrer Umgebung visualisieren oder mit dynamischen 3D-Modellen interagieren können, was Zweifel abbaut und Vertrauen schafft. Einfach ausgedrückt: Durch ein **klareres, greifbareres Verständnis eines Produkts können Unternehmen ihren Kunden mehr Vertrauen einflößen.**

Bequemlichkeit



Die Verbraucher suchen nach schnellen, unkomplizierten Lösungen, die ihr Einkaufserlebnis vereinfachen - und 3D- und AR-Technologien kommen diesem Bedürfnis entgegen, indem sie ein immersives Einkaufserlebnis direkt von zu Hause aus ermöglichen. Stellen Sie sich vor, Sie möchten ein Möbelstück kaufen und können es sich in Ihrem Wohnzimmer mit den richtigen Maßen, Farben und der richtigen Ästhetik vorstellen. Dadurch wird das Rätselraten beim Online-Einkauf überflüssig und der Prozess wird effizienter und benutzerfreundlicher.

Kontrolle



Die Befähigung der Verbraucher war schon immer ein Eckpfeiler effektiver Verkaufsstrategien, und mit Smart 3D und AR haben die Verbraucher das Steuer fest in der Hand. Sie können Produkte manipulieren und mit ihnen spielen und sich auf einer tieferen Ebene mit ihnen auseinandersetzen. Dieses Gefühl der Kontrolle steigert die Zufriedenheit der Nutzer und fördert eine tiefere Verbindung zwischen Marken und ihren Kunden.

Visionen für die Zukunft des E-Commerce mit 3D und AR



Die digitale Landschaft entwickelt sich ständig weiter. Neue Technologien entstehen in rasantem Tempo - und gerade jetzt festigen 3D und AR ihre Rolle als „Game Changer“. Ihr transformatives Potenzial zeigt sich nicht nur in der Art und Weise, wie Unternehmen ihre Produkte präsentieren, sondern auch darin, wie Verbraucher das Produkt erleben und Kaufentscheidungen treffen.



Der unbestreitbare Einfluss von 3D und AR

In diesem Whitepaper haben wir die [Vorteile](#) von 3D- und AR-Technologien [für die Verbrauchererfahrung](#) aufgedröselt. Von der Stärkung des Vertrauens bis hin zu beispielloser Bequemlichkeit und Kontrolle - diese Technologien verändern den Kaufprozess. In einem zunehmend wettbewerbsintensiven digitalen Markt heben sich die durch diese Tools ermöglichten immersiven Erlebnisse von anderen ab, fesseln die Nutzer und fördern die Markentreue.

Die Integration von 3D in Veranstaltungen und Messen unterstreicht das transformative Potenzial, das über den reinen Online-Verkauf hinausgeht. Ob durch dynamische Produktdemonstrationen oder virtuelle Messestände - 3D schafft die Voraussetzungen für ansprechende und effektive Veranstaltungen.

Das ist kein leeres Gerede - angesichts exponentiell steigender Konversionsraten und schwindender Retourenquoten sind die greifbaren Vorteile dieser Technologien klar und überzeugend. Unternehmen wie Google, Amazon und andere E-Commerce-Giganten haben diesen Trend bereits erkannt und sich zu eigen gemacht - ein Trend, den andere aufmerksam beobachten und verfolgen sollten.



Das Versprechen von Vuframe in der digitalen Revolution

Bei [Vuframe](#) sind wir aktiv an der Spitze der neuesten digitalen Revolution im E-Commerce. Wir setzen uns dafür ein, dass Unternehmen, unabhängig von ihrer Größe oder ihrem Fachgebiet, Zugang zu den besten Möglichkeiten von 3D und AR haben.

Wir sind der festen Überzeugung, dass die Zukunft den Verkäufern gehört, die innovativ sind und sich dem Wandel stellen. Als Pioniere auf diesem Gebiet wollen wir die zuverlässigen Partner für Unternehmen sein, die sich in diese neue Ära des E-Commerce wagen. Wir haben in diesem Beitrag viel über die Zukunft des E-Commerce gesprochen - in Wirklichkeit sind diese Technologien bereits da, einsatzbereit, und die Endverbraucher haben die Geräte in der Hand, um sie jetzt schon zu nutzen. Unsere Tools und unser Know-how sind darauf ausgerichtet, dass unsere Kunden nicht nur mit der sich entwickelnden Landschaft Schritt halten, sondern auch Maßstäbe setzen, denen andere folgen können.

Während die Grenzen zwischen dem Realen und dem Virtuellen immer mehr verschwimmen, bleibt eines kristallklar - die Zukunft des E-Commerce ist dynamisch, immersiv, interaktiv und untrennbar mit 3D und AR verbunden. Wir von Vuframe sorgen dafür, dass Unternehmen für diese aufregende Reise gerüstet sind.

