

Smarte Spiegel

Ansprechende, interaktive Einkaufserlebnisse steigern den Absatz



Der erste Mensch, der einen Zauberspiegel aus der Literatur in die Realität holte, war Max Braun, ein Software-Ingenieur bei Google. Er installierte 2016 einen smarten Spiegel in seinem Badezimmer.

Seitdem wurde die Technologie erheblich weiterentwickelt. Inzwischen nutzen „smarte“ oder „virtuelle“ Spiegel sowohl modernste Konnektivität und Augmented Reality (AR), um Bilder mit Objekten in ihrer realen Umgebung zu kombinieren, als auch künstliche Intelligenz (KI) und maschinelles Lernen (ML), um Gesten zu erkennen und auf gesprochene Anweisungen zu reagieren. Zudem kommunizieren sie über WLAN oder Bluetooth mit Apps und cloudbasierten Plattformen.

Eine rundum bessere Anprobe vor dem Kauf

Smarte Spiegel werden im Einzelhandel immer beliebter, besonders in Bekleidungsgeschäften, wo Kunden es zu schätzen wissen, dass sie jedes beliebige Outfit virtuell anprobieren können. Ein für die Modebranche entwickelter smarter Spiegel nimmt die Maße der vor ihm stehenden Person und zeigt dann in einer 360°-Ansicht Outfits an, die zu ihrer Körperform passen, ohne dass sie eine Umkleidekabine betreten muss.

Der Spiegel kann so programmiert werden, dass er gleichzeitig zusätzliche Informationen über die einzelnen Kleidungsstücke anzeigt, zum Beispiel die Zusammensetzung, die Herkunft und Pflegeanweisungen. Außerdem kann er auf neue Kollektionen oder Artikel verweisen, die derzeit nicht vorrätig sind.

Wenn man sich für etwas entschieden hat, muss man nicht an der Kasse Schlange stehen, sondern kann den Touchscreen des Spiegels nutzen, um die Verfügbarkeit zu prüfen und den oder die Artikel zu kaufen.

verizon
business

Smarte Spiegel



Ihr virtueller Modeberater

Smarte Spiegel können Kunden sogar ein noch individuelleres Einkaufserlebnis bieten, indem sie Stil- oder Schminkempfehlungen geben und passende Accessoires, relevante Sonderangebote oder personalisierte Marketinginhalte

wie Rabattangebote, Aufforderungen zum Abonnieren eines Newsletters oder Bitten um Feedback anzeigen. Händler, die das Kundenverhalten verfolgen, können auch individuelle Vorlieben und frühere Käufe nutzen, um Sonderangebote und Empfehlungen noch besser auf jeden Kunden zuzuschneiden.

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass smarte Spiegel Kunden nicht nur ein besonders hohes Maß an Interaktivität, sondern auch ein ansprechendes und entspanntes Einkaufserlebnis bieten und damit den Absatz fördern. Gleichzeitig tragen sie dazu bei, dass Geschäfte zu Orten werden, die man besucht, um Spaß zu haben und etwas Interessantes zu erleben. In den richtigen Händen bieten sie zudem das höhere Maß an Personalisierung, das moderne Kunden sich der Handelspsychologin Shakaila Forbes-Bell zufolge wünschen. Außerdem lassen sich durch das Vermieten von Werbeflächen an Dritte zusätzliche Einkünfte erzielen.

Wie kann Verizon Sie unterstützen?

Smarte Spiegel benötigen modernste Konnektivität im Geschäft. Apps, Sensoren und Überwachungskameras erfordern eine robuste Infrastruktur, die große Datenmengen nahezu in Echtzeit bewältigen kann. Darüber hinaus sind eine hochleistungsfähige Internetverbindung und ein zuverlässiges WLAN zur Unterstützung vernetzter Technologien unerlässlich.

Verizon stellt eine diesen Anforderungen entsprechende Konnektivität – samt den Lösungen und der Sachkenntnis zu deren Unterstützung – bereit, um die vernetzten Geschäfte der Zukunft Wirklichkeit werden zu lassen und Einzelhändlern zu helfen, effizienter zu arbeiten und Kundenerlebnisse zu schaffen, die zum Alleinstellungsmerkmal ihrer Marke werden.

Smarte Spiegel bieten Kunden nicht nur ein besonders hohes Maß an Interaktivität, sondern auch ein ansprechendes und entspanntes Einkaufserlebnis, und fördern damit den Absatz.