

Amsterdam University of Applied Sciences

Vrtour kan winkelbezoek stimuleren

Moes, A.; van Vliet, H.M.M.

Publication date
2017

Document Version
Final published version

License
CC BY-ND

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Moes, A. (null), & van Vliet, H. M. M. (null). (2017). Vrtour kan winkelbezoek stimuleren., Emerce. <https://www.emerce.nl/nieuws/vrtour-kan-winkelbezoek-stimuleren>

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please contact the library: <https://www.amsterdamuas.com/library/contact/questions>, or send a letter to: University Library (Library of the University of Amsterdam and Amsterdam University of Applied Sciences), Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

'VR-tour kan winkelbezoek stimuleren'

E [merce.nl/nieuws/vrtour-kan-winkelbezoek-stimuleren](https://www.emerce.nl/nieuws/vrtour-kan-winkelbezoek-stimuleren)

Nieuws - 30 november 2017 - 08:20



HvA-onderzoekers Anne Moes en Harry van Vliet denken dat een VR-tour kan helpen om het bezoek aan de fysieke winkel te stimuleren. Zij bedachten een dergelijke tour voor retailer America Today.

Veel winkeliers zijn ervan overtuigd dat klanten toch ook de echte winkel blijven bezoeken. Het nieuwe winkelen moet daarom een mengvorm worden van online en offline aankopen. Met een gevarieerde en gevulde winkelstraat, want op lege etalages zit niemand te wachten, aldus Anne Moes.

De onderzoekers van het zogenoemde Fashion Technology Lab van de HvA vergeleken drie groepen met elkaar. Eén groep bekeek de winkel alleen via een 2D-foto op een website. De tweede groep bekeek op de site een 360 graden-foto van de winkel, vergelijkbaar met Google Streetview. De derde groep deed de virtuele winkeltour met de VR-bril.

Daarna gaven de respondenten aan wat hun bereidheid was om de fysieke winkel te bezoeken. Daar zat een duidelijk verschil tussen: Mensen die de winkel via de VR-bril hebben gezien, stonden positiever tegenover het merk, waren sneller geneigd om naar de fysieke winkel te gaan en beoordeelden hun online bezoek positiever.

De koopintentie van mensen die de beelden met de VR-bril hadden gezien, stijgt ook flink. Moes wil een vervolgonderzoek starten, dat meet of de VR-bril ook aanzet tot een daadwerkelijke aankoop.



En tijdje terug stond er in het nieuws dat retailers als grootste groep geld uitgeven aan virtual reality...

Watch Video At: https://youtu.be/18gruSxt2_Q