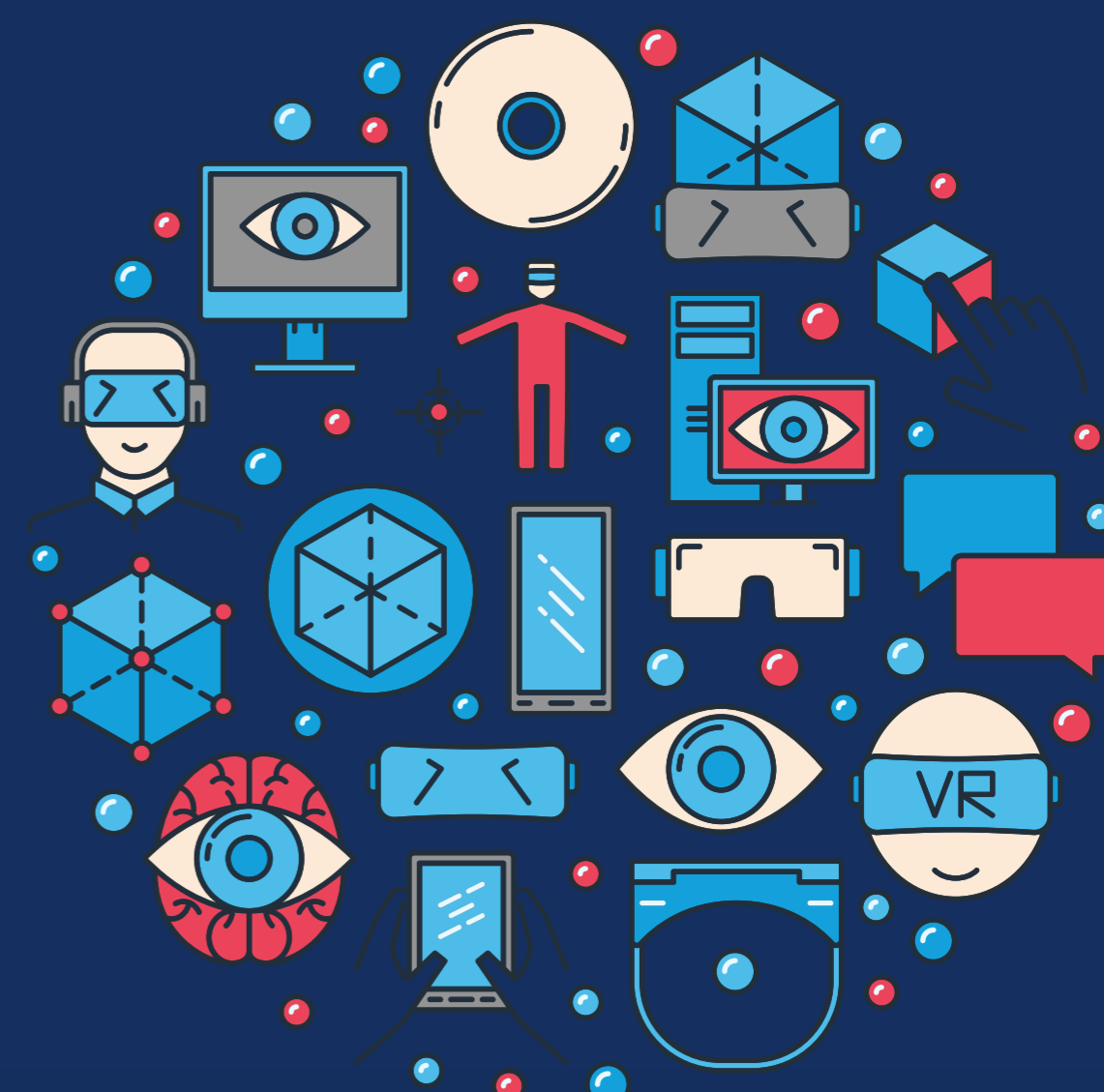


Wirtualna rzeczywistość

Dlaczego warto się tym przejmować?



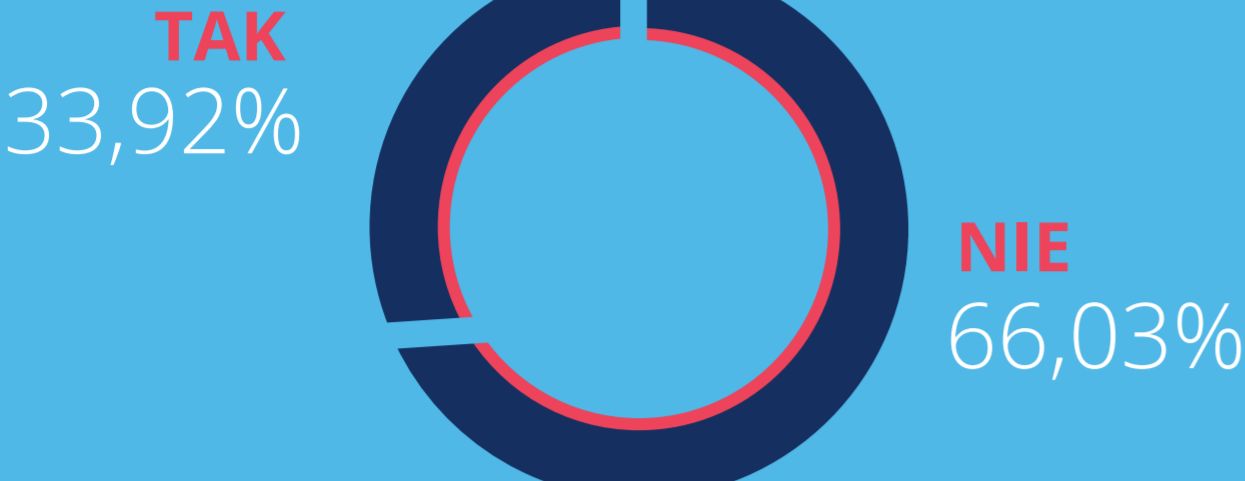
Za 10 lat rynek Virtual Reality będzie wart 80 mld dolarów i wyprzedzi rynek telewizyjny.

Już pod koniec 2016 roku na świecie będzie co najmniej 3 mln urządzeń VR.

CZY POLACY W OGÓLE WIEDZĄ CZYM JEST VR?

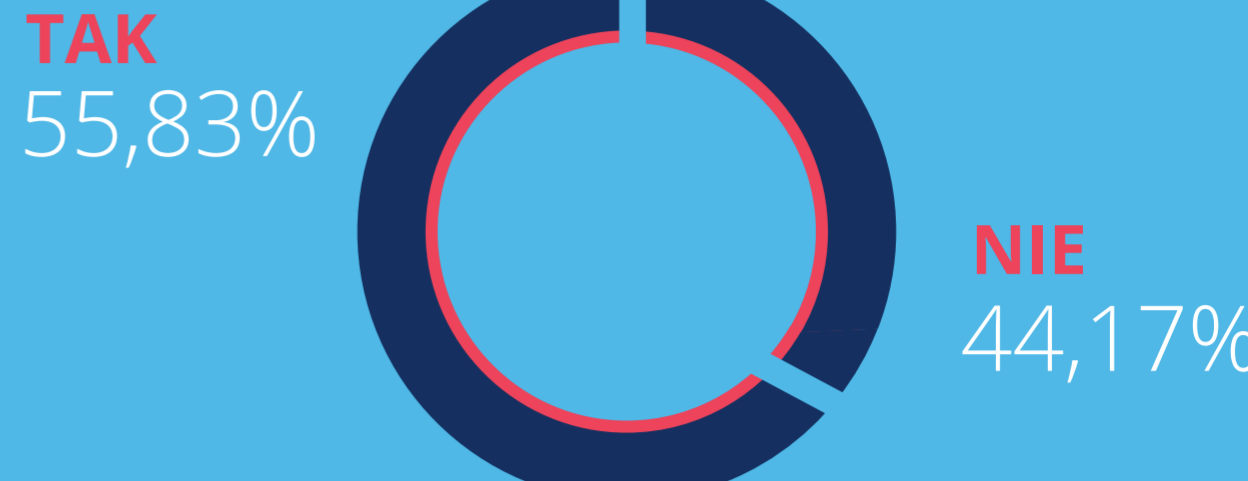
ZNAJOMOŚĆ OKREŚLENIA VR*

Czy spotkałeś/-aś się z określeniem VR



CHĘĆ ZAKUPU STRZĘTU VR

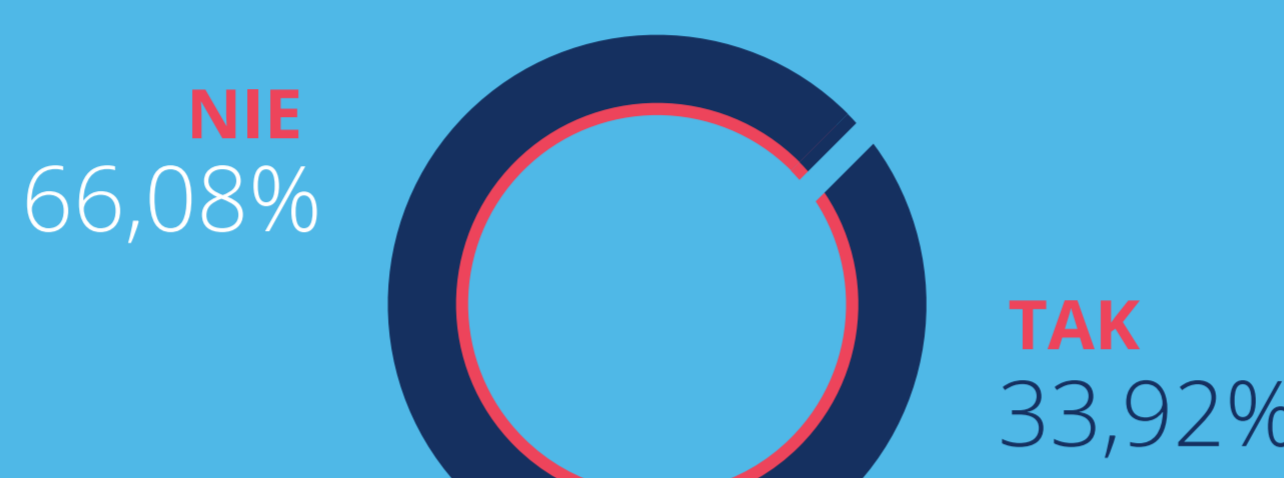
Czy chciałbyś/-abyś zakupić sprzęt VR w najbliższej przyszłości?



*VIRTUAL REALITY/WIRTUALNA RZECZYWISTOŚĆ

CHĘĆ PONOWNEGO PRZETESTOWANIA TECHNOLOGII VR (WŚRÓD OSÓB, KTÓRE PRZYNAJMNIEJ RAZ JĄ TESTOWAŁY)

Czy chciałbyś/-abyś przetestować VR jeszcze raz?



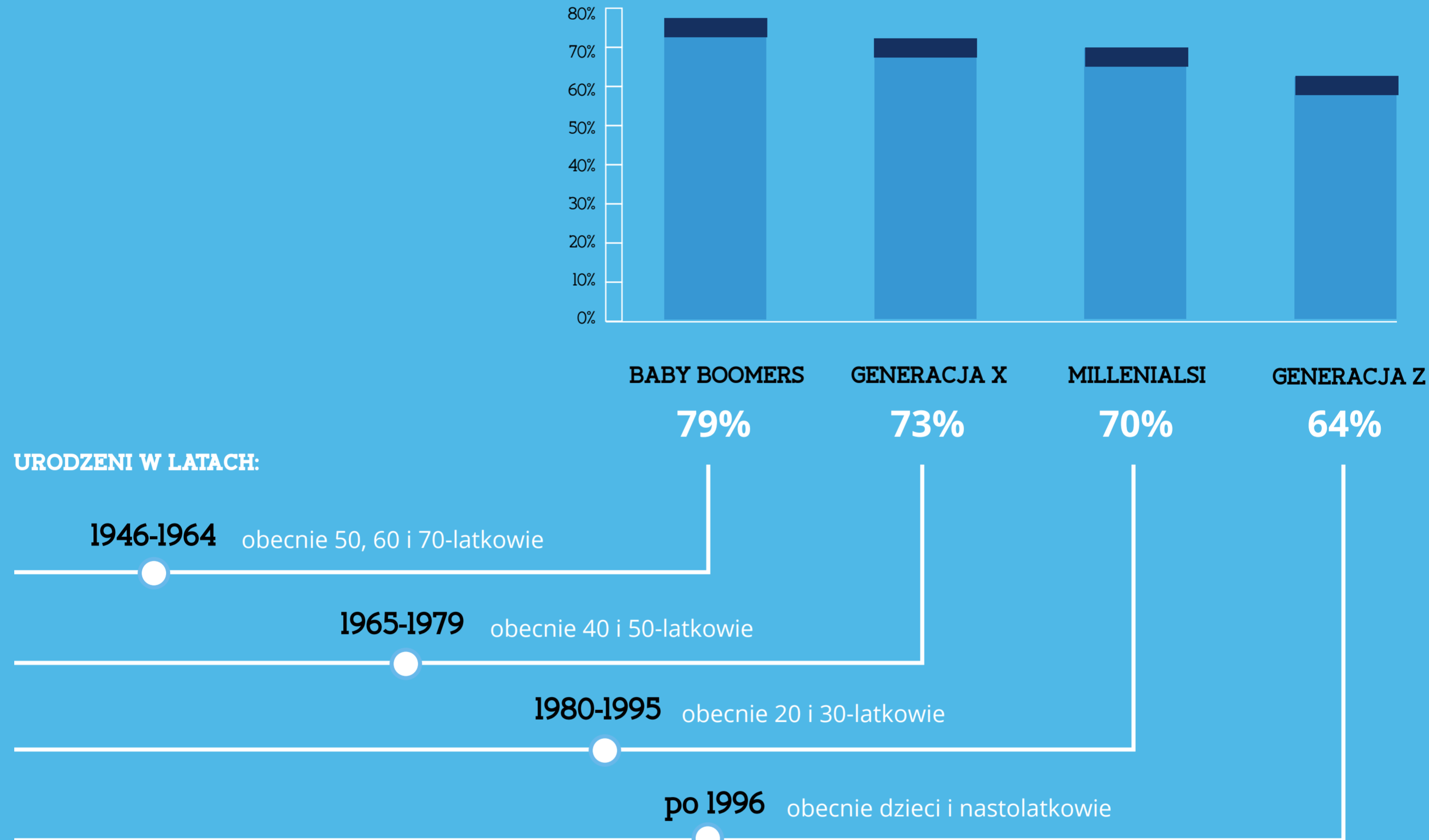
Pytanie zadane osobom, które odpowiedziały, że testowały VR wcześniej.

Jakie aktywności związane z VR interesują konsumentów?



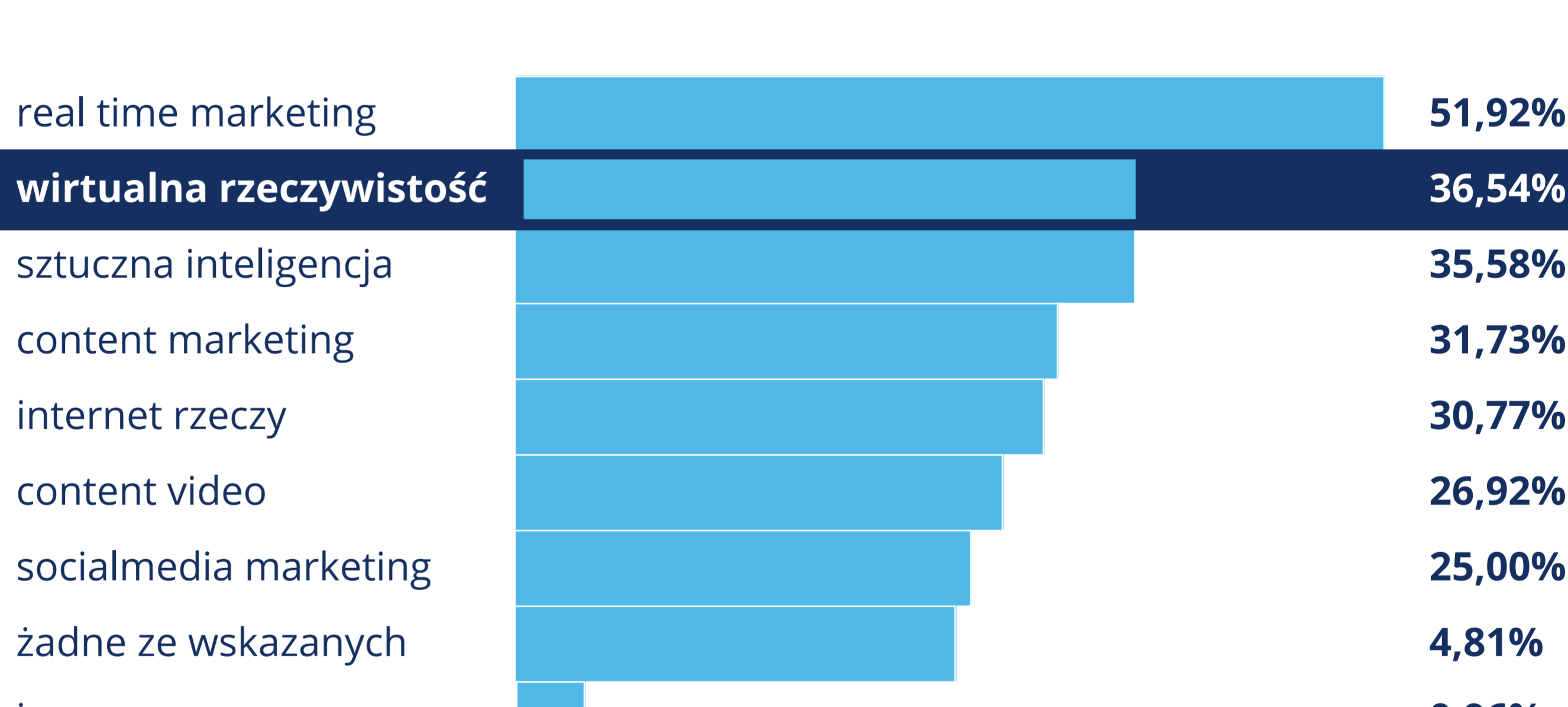
33% respondentów chciałoby randkować za pomocą wirtualnej rzeczywistości.

VR NAJBARDZIEJ EKSCYTUJĄCY DLA NAJMŁODSZYCH



NAJBARDZIEJ EKSCYTUJĄCE DLA MARKETERÓW DZIAŁANIA W OBSZARZE DIGITAL MARKETINGU W 2016

Które z poniższych obszarów działania byłyby dla Ciebie najbardziej ekscytujące do realizacji w 2016 roku. Zaznacz wszystkie właściwe.



OPINIE EKSPERTÓW



„To bardzo dynamicznie rozwijający się segment rynku. Warto pamiętać, że w ten obszar wpisuje się przemysł filmów i zdjęć 360 stopni. Tak na dobrą sprawę, świat testuje dziś obszar treści, pod kątem VR i przyzwyczajamy się do nowej technologii.”

Jacek Kotarbiński



„VR dopiero zacznie mieć znaczenie dla marketerów w Polsce. (...) To nie jest ten moment, kiedy cokolwiek można zaplanować, ponieważ w Polsce w zasadzie nie ma jeszcze powszechnego dostępu do technologii VR w rozumieniu masowego klienta końcowego.”

Artur Kurasiński



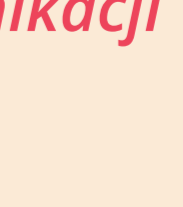
„Można snuć wyobrażenia o tym, na ile sposobów analityka pozwoli przewidzieć zachowania użytkowników, ale fundamentalną jej rolą będzie przetłumaczenie wirtualnej rzeczywistości na język wymiarów, metryk, celów, zdarzeń, współczynników i segmentów.”

Karolina Lejman-Rosińska, Bluerank



„Ogranicza nas teraz tylko wyobraźnia, a to już powód do głębszej refleksji. Nadejście personalizowanej komunikacji przez VR to tylko kwestia czasu.”

Krzysztof Przybysławski, Bespoke



Źródła:
Goldman Sachs Global Investment Research 2016
Hotelska, Trendbook 2016
eMarketer, 10.2015
Greenlight VR – UK Consumer Report: January 2016