

УДК 004.4'275

Касьян К.М.¹, Касьян М.М.¹, Храпко А.С.²

¹ канд. техн. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. КНТ-519 НУ «Запорізька політехніка»

РОЗРОБКА 3D-МОДЕЛЕЙ ДЛЯ РЕКЛАМИ ТОВАРІВ

Для того щоб бізнес залишався конкурентно спроможним в сучасному цифровому світі, необхідно інтегрувати трендові технології та маркетингові стратегії. Одним із нових напрямків є 3D-маркетинг, який робить ставку на тривимірну візуалізацію продукту, що допомагає привернути та утримати увагу споживача. Зазвичай це забезпечується технологіями AR/VR, 360-photo, 3D-огляд.

Розглянемо детальніше принцип роботи технологій 3D-маркетингу.

VR/AR маркетинг – це стратегія маркетингу, яка використовує технології віртуальної та доповненої реальності [1]. Віртуальна реальність створює реалістичну симуляцію оточуючого середовища, яка взаємодіє з почуттями зору та слуху. Отримати доступ до віртуального світу можна за допомогою спеціальних окулярів або мобільного додатку. VR/AR середовище реагує на переміщення користувача, що дозволяє докладно роздивитись товар з усіх боків. На рисунку 1 наведено приклад використання AR технології для продажу товарів.

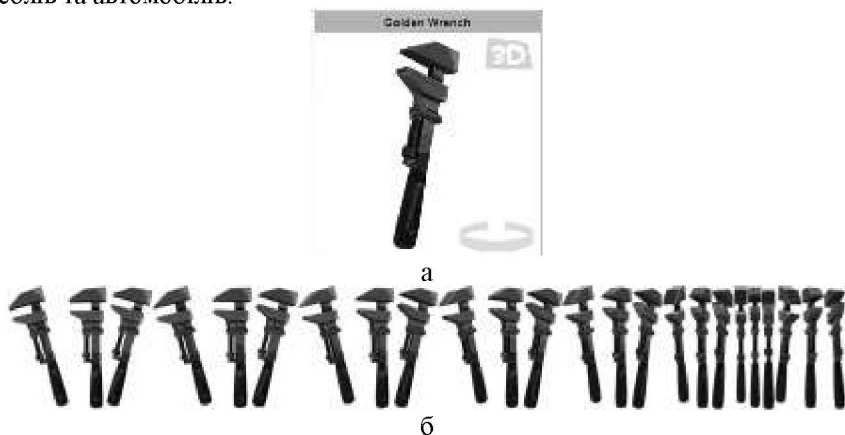


Рисунок 1 – Приклад використання AR технології (мобільний додаток) [1].

Технологія 3D-огляду це тривимірна візуалізація товару з докладним описом усіх його деталей. За допомогою даної технології користувач може роздивитись товар під будь-яким кутом, отримати інформацію про

компоненти та деталі товару, також можливо увімкнути режим «прозорого корпусу», що дозволяє побачити як пристрій влаштовано зсередини. 3D-огляд допомагає збільшити конверсію та продажі, скорочує кількість повернень товарів. Спостереження компанії LG доводять, що з появою даної технології підвищилась відвідуваність їх сайту та середній час перебування на сторінці товару.

Іншою популярною технологією є 360-photo [2]. В даному методі для тривимірної візуалізації товару використовується панорамне фото з оглядом на 360 градусів, що створює ілюзію об'ємного зображення. Найчастіше цей метод використовують роздрібні торгові майданчики, інтернет магазини меблів та автомобілів.



а – ілюзія 3D моделі, б – панорамне фото

Рисунок 2 – Принцип роботи технології 360-photo.

3D-маркетинг є новим та ефективним засобом для реалізації маркетингових задач. Він допомагає підвищити ступінь залучення та утримання користувача за рахунок більшої імерсивності. Особливу актуальність ця технологія отримала в умовах пандемії, коли онлайн покупки набули найбільшої популярності. Також це забезпечує можливість людям з особливими потребами детальніше роздивитись товар, не відвідуючи магазин. Тому кількість компаній, які використовують 3D у сфері продаж буде тільки зростати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Що таке AR? Поняття доповненої реальності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.adobe.com/ua/products/substance3d/discover/what-is-ar.html>
2. 360 Degree Product Photography [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.clippingtimes.com/360-degree-product-photography/?ref=wiki>