

XR W CODZIENNOŚCI I BIZNESIE

Od tego momentu będę udostępniać rzeczywiste przykłady XR w różnych branżach i kategoriach, w tym w handlu detalicznym, szkoleniach i edukacji oraz w rozrywce. Jest jednak kilka fantastycznych przykładów XR, które nie pasują do tak wyraźnych kategorii. Dlatego ten początkowy przykładowy jest czymś w rodzaju catchall - zbiorem interesujących i inspirujących zastosowań XR z życia codziennego i biznesowego. Potraktuj to jako ogólną prezentację tego, co jest możliwe, zanim zagłębimy się w bardziej szczegółowe kategorie i branże, które pojawią się później

XR w życiu codziennym

AR jest ogólnie bardziej dostępną technologią XR, ponieważ nie musisz kupować specjalnego sprzętu, aby cieszyć się doświadczeniami AR. W rzeczywistości bogactwo AR jest już dostępne na przeciętnym smartfonie i tablecie.

Aplikacje AR są wszędzie

Aplikacje AR istnieją już od jakiegoś czasu, ale naprawdę zainteresowały publiczność wypuszczeniem Pokémon Go w 2016 roku. Teraz mamy bogactwo aplikacji AR, które mają pomagać, edukować i dostarczać rozrywki. Co powiesz na aplikację AR, która rozwiąże za Ciebie tę niemożliwą łamigłówkę Sudoku? Łamigłówki Sudoku są niezwykle trudne, a ich ukończenie zajmuje czasem wiele godzin (jeśli wcześniej nie poddasz się z frustracji). Aplikacja Magic Sudoku wykorzystuje uczenie maszynowe, aby w ciągu kilku sekund rozwiązać nawet najtrudniejszą siatkę. Po prostu skieruj aparat na układankę, a odpowiedzi zostaną dla Ciebie nałożone na ekran. W pewnym sensie niweczy cel układania puzzli - ćwiczenie mózgu, upływ czasu, odczuwanie satysfakcji z ukończenia czegoś - ale pokazuje, co może zrobić AR.

W przypadku młodszych osób badacze Disneya zbadali wykorzystanie AR do ożywienia kolorowanek dla dzieci. Używając ekranu tabletu lub telefonu, postacie na stronie są wyświetlane w 3D - proces, który Disney nazwał „tekstutowaniem na żywo postaci z rzeczywistości rozszerzonej z kolorowych rysunków”. Tak więc dziecko może pokolorować postać na stronie, sprawdzić swoją pracę w 3D za pomocą urządzenia mobilnego i obserwować, jak ich postać stoi i chwieje się. Faktura postaci 3D idealnie komponuje się z fakturą linii kolorystycznych dziecka. Kolejne świetne zastosowanie AR dla dzieci pochodzi od Google, który zaczął dodawać zwierzęta AR do wyszukiwań internetowych w 2019 roku. Jeśli więc szukasz niedźwiedzia lub tygrysa na telefonie lub urządzeniu obsługującym AR – to są to urządzenia z Androidem obsługujące ARCore lub iOS 11 i nowsze - zwierzę „pojawiłoby się” przed tobą, nałożone na ekran przed wszystkim, co jest w prawdziwym życiu. Oprócz tego, że jest, no cóż, po prostu naprawdę fajny, jest to przydatne jako narzędzie edukacyjne, ponieważ pomaga dzieciom bardziej szczegółowo zrozumieć zwierzęta i uzyskać perspektywę na ich rzeczywisty rozmiar. Ale jest lepiej. Teraz Google poszło o krok dalej i dodało stado 10 dinozaurów do swoich wyszukiwań AR, co oznacza, że Twoje dziecko (lub Ty!) Możesz wyszukać T-Rex na urządzeniu obsługującym AR i oglądać, jak pojawia się w Twoim salonie, ogrodzie lub gdziekolwiek (oczywiście skalowane na wymiar). Moje dzieci absolutnie to uwielbiają. Mówiąc o Google, wszyscy znamy Tłumacza Google w jego najbardziej podstawowej formie. Ale funkcja Word Lens Tłumacza Google przeniosła natychmiastowe tłumaczenie na nowy poziom. W dzisiejszych czasach wszystko, co musisz zrobić, to uruchomić aplikację Tłumacz Google, skierować aparat na znak, menu lub cokolwiek, co chcesz przetłumaczyć, a aplikacja zapewnia natychmiastowe tłumaczenie, nałożone na obraz wideo na żywo bezpośrednio tam na ekran - często używa się dokładnie tego samego kroju pisma, co oryginalny znak lub menu. Działa to w wielu językach, w tym japońskim, i do działania nie jest potrzebne połączenie z internetem. To nakładanie się przetłumaczonego tekstu na żywo jest możliwe dzięki AR. Filtry Snapchata to kolejna funkcja AR, którą wielu z nas zna, pozwalając nam dodać, powiedzmy, dziwaczne cechy, takie jak uszy psa, okulary i duże

oczy dziecka do naszych twarzy. Dostępne są nawet filtry Snapchat dla Twojego psa, które umożliwiają dodanie okularów, poroża, rysunkowych twarzy itp. do zdjęć Twojego czworonożnego przyjaciela. Mówię więcej o zaangażowaniu klientów, ale takie użycie filtrów AR staje się coraz bardziej popularnym sposobem dla marek na rozrywkę i kontakt ze swoimi fanami i klientami. Dzięki Facebookowi i Instagramowi Spark AR Studio każdy może tworzyć i udostępniać własne filtry, a wiele marek skorzystało z okazji. W rzeczywistości ponad miliard ludzi korzystało już z filtrów zasilanych przez Spark AR. Taco Bell była jedną z pierwszych marek, które wykorzystały potencjał filtrów AR, tworząc filtr, który zastąpił głowy użytkowników gigantycznym taco (w komplecie z Oczywiście logo Taco Bell). Coca Cola jest kolejnym znanym użytkownikiem filtrów AR, tworzącym świąteczny filtr przedstawiający niedźwiedzia polarnego (trzymającego butelkę coli i noszącego markowy szal), z którym fani mogą pozować. Dlaczego marki są podekscytowane filtrami AR? Cóż, już to wiemy, treści wizualne, takie jak obrazy, filmy i gify, przyciągają wzrok bardziej niż treści czysto tekstowe. AR buduje na tym i tworzy obraz a treści wideo są jeszcze bardziej wciągające i wciągające, zwiększając tym samym ilość czasu spędzanego przez klientów na interakcji z markami. (Według niektórych badań marketing oparty na AR osiąga średni czas zaangażowania wynoszący 75 sekund, w porównaniu do zaledwie 2,5 sekundy w przypadku standardowych reklam telewizyjnych.) Ma to sens, gdy się nad tym zastanowisz - sama natura filtrów AR oznacza, że musisz poświęcić więcej czasu i uwagi, pozując z filtrem, próbując różnych kątów i robiąc śmieszne miny, zanim zrobisz idealne ujęcie. Więc co robisz? Oczywiście dzielisz się nim ze znajomymi. Bez wątpliwości możemy oczekiwać, że coraz więcej marek będzie badać filtry jako sposób na zwiększenie zasięgu i zaangażowania klientów. Kolejny przykład ciekawej aplikacji AR pochodzi od WallaMe, która pozwala użytkownikom tworzyć, ukrywać i udostępniać wiadomości w prawdziwym świecie. Robisz zdjęcie czegoś wokół siebie, powiedzmy, budynku lub powierzchni, a następnie dodajesz pisemną wiadomość, naklejkę lub zdjęcia. Ta zawartość jest następnie widoczna przez przeglądarkę AR WallaMe dla każdego innego przechodzącego użytkownika. (Wiadomości mogą być prywatne i widoczne tylko dla określonych użytkowników, jeśli jest to preferowane). Pomyśl o tym jako o cyfrowym graffiti lub sposobie wysyłania podziemnych wiadomości do osób znajdujących się w tej samej okolicy. Całkiem fajne.

Media społecznościowe zmierzają w bardziej wciągającym kierunku

Kiedy Facebook zaczął działać, było to miejsce, w którym mogliśmy rozmawiać ze znajomymi, dzielić się wiadomościami z życia i doskonalić sztukę przechwalania się z pokorą. W dzisiejszych czasach bardziej chodzi o firmy konkurujące o klientów i udział w rynku, a także o miejsce, w którym zainteresowane strony mogą dzielić się (często wątpliwymi) wiadomościami i informacjami. Nie ma wątpliwości, że Facebook jest nadal niezwykle wpływową siłą w naszym życiu - i naszych wyborach - ale czy naprawdę jest to (wirtualne) miejsce, w którym spędzamy czas i spotykamy się z naszymi przyjaciółmi? Dla wielu osób nie tak bardzo. Co nasuwa pytanie, gdzie leży przyszłość Facebooka? Odpowiedź może leżeć w VR lub „społecznościowej VR”. Korzystając z VR, media społecznościowe mogą stać się znacznie bardziej wciągające i umożliwić użytkownikom interakcję ze sobą na nowe, ekscytujące sposoby. Taka jest idea Facebooka Horizon. Facebook dużo zainwestował w VR, kupując markę Oculus VR i inwestując w sprzęt VR – nawet wypuszczając imponujący prototyp gogli VR, który wygląda jak okulary przeciwsłoneczne. Horizon, duży krok firmy w kierunku VR, jest platforma społecznościowa w wirtualnej rzeczywistości, na której użytkownicy mogą spotykać się, spotykać i grać w gry ze znajomymi. Używając jednego z gogli Oculus VR na Facebooku, wchodzisz na platformę jako unoszący się awatar, a Ty i Twoi znajomi macie możliwość tworzenia zupełnie nowych światów i miejsc spotkań według własnego projektu, a także grania w gry i działania stworzone przy użyciu wewnętrznej platformy narzędzia. To bardzo przypomina mi film Ready Player One, w którym wirtualny świat staje się o wiele bardziej kuszący niż prawdziwy, możesz zarabiać monety i status w wirtualnym świecie, a nawet stać się zupełnie inną osobą, jeśli chcesz.

Poprawa doświadczenia randkowego

Oprócz mediów społecznościowych, VR może zrewolucjonizować doświadczenie randkowania lub utrzymywania relacji na odległość. Pomysł polega na tym, że pary mogą dzielić wirtualne środowiska i doświadczenia, nawet jeśli dzielą je tysiące mil. Innymi słowy, gdy obie osoby używają gogli VR, para może cieszyć się randką w Paryżu, oglądać zachód słońca na plaży w Tajlandii, a nawet zwiedzić Everest Base Camp. Oczywiście czatowanie przez Skype lub inne platformy wideo jest znacznie lepszym sposobem na romantyczne połączenie z kimś niż zwykła rozmowa przez telefon, więc ma sens, że VR może jeszcze bardziej ulepszyć to połączenie i zapewnić tani sposób, o niskim ryzyku poznawać nowych ludzi i odkrywać potencjalne połączenia miłosne (lub podtrzymywać iskrę w związku na odległość). Aplikacja randkowa League wykorzystała VR, aby zapewnić „wirtualną randkę w ciemno” i można się spodziewać, że inne aplikacje randkowe przetestują swoje własne doświadczenia VR w najbliższej przyszłości. Patrząc dalej w przyszłość, wirtualne randki mogą stać się znacznie bardziej wciągające, do tego stopnia, że będziesz mógł „poczuć” drugą osobę i powąchać jej wodę kolońską. Jeden raport eHarmony i Imperial College Business School przewidywał, że do 2040 r. będziemy mogli brać udział w wirtualnych randkach w pełni zmysłowych.

Ożywianie wiadomości, historii i problemów światowych

Wiele organizacji informacyjnych zaczyna eksperymentować z technologiami XR, zwłaszcza AR, jako sposobem na zwiększenie zasięgu wiadomości. Na przykład aplikacja The New York Times umożliwia czytelnikom przeglądanie wybranych artykułów z dodatkowymi funkcjami AR. Podobnie magazyn mody W wykorzystał AR do dostarczania interaktywnych treści zakulisowych. Technologie XR zapewniają również wspaniały sposób na ożywienie chwil i artefaktów z historii. Weźmy jako przykład Apollo 11, statek kosmiczny użyty podczas pierwszego lądowania na Księżycu. Chociaż można zobaczyć statek kosmiczny wystawiony w Smithsonian's National Air and Space Museum, jest on zamknięty w ochronnej plastikowej powłoce, a odwiedzający nie mają pojęcia, jak naprawdę było być w środku. Aby temu zaradzić, firma Smithsonian współpracowała z Autodesk, aby stworzyć trójwymiarowe doświadczenie, które odtwarza wnętrze Apollo 11 w najdrobniejszych szczegółach. Dostępna jest również aplikacja Apollo's Moon Shot AR, która umieszcza użytkowników na powierzchni Księżyca. Do tego dochodzi zdolność technologii do wcielania w życie ważnych problemów społecznych. Na całym świecie miały miejsce protesty Black Lives Matter, jednak wielu z nas nie ma pojęcia, jak to jest naprawdę żyć jako osoba kolorowa. Z pewnością nie. W tym właśnie VR może pomóc, dając nam możliwość poznawania świata z punktu widzenia innej osoby. Przykładem tego jest film VR Traveling While Black, nominowany do nagrody Emmy dokument, który daje widzom wciągające, historyczne doświadczenie niebezpieczeństw związanych z byciem czarnoskórym w Ameryce. Oglądanie go to transformujące doświadczenie i mam nadzieję, że zobaczę więcej projektów XR, które dążenie do rozwiązania problemu nierówności.

I na koniec kilka innych przykładów z życia codziennego

Pozwólcie, że zakończę tę sekcję o codziennym XR kilkoma przypadkowymi przykładami. Wspominałem już o używaniu wyświetlaczy heads-up (HUD). Mercedes ujawnił zjawkę ogromnego ekranu HUD, który pojawi się w Klasie S 2021, który wykorzystuje AR do wyświetlania instrukcji nawigacji. To dopiero początek AR w samochodach i możemy spodziewać się, że więcej producentów od teraz włączy ekran HUD do swoich pojazdów. Inny interesujący przykład pochodzi z sieci poprawy domu Lowe's. Aplikacja Measured by Lowe firmy wykorzystuje technologię AR, aby zmienić smartfon w taśmę mierniczą. Ponadto istnieje osobna aplikacja Lowe o nazwie Envisioned, która pozwala klientom na nakładanie obrazów 3D produktów Lowe na ich domy. Aplikacja skanuje otoczenie, dzięki czemu wirtualne obiekty można upuszczać w ich rzeczywistym rozmiarze i przeciągać w dowolne

miejsce w pokoju. Przeczytaj więcej przykładów ze świata handlu detalicznego. I wreszcie, technologie XR są nie tylko dla ludzi. Jedna z rosyjskich farm eksperymentowała, dając krowom specjalnie przystosowane zestawy słuchawkowe VR, które pokazują symulację bujnych letnich pól. (Rosyjskie zimy są słynne, długie i ciężkie, a lata ulotne). Symulacja VR podobno pomogła zmniejszyć niepokój krów i poprawić „ogólny nastrój emocjonalny stada”. Planowane jest długoterminowe badanie w celu bardziej szczegółowego zbadania skutków, w tym tego, czy prowadzi do zwiększonej produkcji mleka. Jeśli się powiedzie, może zostać wprowadzony na inne rosyjskie gospodarstwa. Widzisz więc, nawet krowy wkrótce będą żyć w wirtualnym świecie...;

XR w miejscu pracy

Przejdźmy teraz do miejsca pracy, w którym technologie XR - zwłaszcza VR - robią wielkie fale.

Usprawnienie różnych procesów rekrutacyjnych

Dzięki XR można usprawnić szereg procesów rekrutacyjnych, od rozmów kwalifikacyjnych po wprowadzanie nowych pracowników. Zwłaszcza VR jest bardzo przydatna do oceny kandydatów i daje potencjalnym pracownikom wyobrażenie o tym, jak naprawdę wygląda praca w firmie. Korzystając z VR, możesz zanurzyć kandydata w wysoce realistycznej symulacji określonej roli lub funkcji i zobaczyć, jak sobie radzi. Lloyds Banking Group jest jednym z pierwszych użytkowników tego rodzaju oceny opartej na VR. W centrum oceny Lloyds VR kandydaci zakładają gogle VR i są transportowani do środowiska cyfrowego, w którym pracują w różnych scenariuszach pracy. Accenture, firma świadcząca usługi profesjonalne, wykorzystuje również VR do oceny kandydatów, przyjmując bardziej kreatywne podejście do opowiadania historii. Używając gogli VR, kandydaci wchodzi do wirtualnej egipskiej krypty, gdzie są proszeni o rozwiązanie serii hieroglifów. Ćwiczenie ma na celu zidentyfikowanie kandydatów, którzy mają umiejętności i potencjał, aby zostać programistami. Firma twierdzi, że takie podejście pomaga promować różnorodność, ponieważ ocenia kandydatów na podstawie potencjalnych, a nie umiejętności akademickich na papierze – jak pokazuje doświadczenie kandydata z dysleksją, który zabłysnął w ocenie hieroglifów w sposób, w jaki nie miał innych organizacji. Firma stwierdziła również, że rekrutacja oparta na VR naprawdę pomogła wyróżnić się na wysoce konkurencyjnej arenie rekrutacji absolwentów, przyciągając 20 000 aplikacji absolwentów w czasie o połowę krótszym niż zwykle. To naprawdę ważna kwestia - doświadczenia VR mogą być niezwykle przydatnym sposobem na wzmocnienie marki pracodawcy i przyciągnięcie kandydatów, którzy w przeciwnym razie mogliby nie myśleć o Twojej firmie. Na przykład, można śmiało powiedzieć, że firma gastronomiczna Compass Group nie ma świadomości tej znanej nazwy, ale jest ogromnym pracodawcą zatrudniającym ponad 500 000 pracowników. Ten brak świadomości marki może sprawić, że przyciągnięcie utalentowanych absolwentów będzie prawdziwym wyzwaniem, dlatego firma Compass stworzyła doświadczenie VR na potrzeby wydarzeń na kampusie, które pozwalają studentom na wirtualną wycieczkę po miejscu pracy i udział w rozmowie wideo. A kandydatom VR zapewnia wygodny sposób na przećwiczenie umiejętności przeprowadzania rozmów kwalifikacyjnych i przygotowanie się do przyszłych rozmów kwalifikacyjnych. To jest idea narzędzia Virtual Speech, które łączy samouczki online z symulacjami VR, aby pomóc kandydatom poprawić ich umiejętności i zmniejszyć nerwy w bezpiecznym, wspierającym środowisku. (Powiniennem powiedzieć, że chociaż wykorzystanie XR w rekrutacji koncentruje się przede wszystkim na VR, nie jest to jedyna opcja. Nowozelandzki bank ASB używał AR do rekrutacji bankierów korporacyjnych. Za pomocą aplikacji AR kandydaci skanują broszurę rekrutacyjną i ożywić treść. VR jest jednak znacznie bardziej powszechna.) A co po znalezieniu idealnych pracowników? XR może również pomóc w ich pomyślnym wprowadzeniu, jak pokazuje IKEA, największy na świecie sprzedawca mebli. Handel detaliczny charakteryzuje się dość dużą rotacją pracowników, a IKEA nie jest wyjątkiem, więc inwestowanie w odpowiednie wdrożenie i szkolenie jest koniecznością. We współpracy z firmą VR Virsabi IKEA stworzyła doświadczenie VR, które umożliwia

pracownikom zrozumienie różnych funkcji zawodowych i doświadczenie roli lidera. Wideo 360 stopni VR przedstawia współpracownikom dwóch prawdziwych liderów w różnych środowiskach IKEA, aby pokazać, w jaki sposób liderzy IKEA są inspirowani ośmioma kluczowymi wartościami firmy, takimi jak „razem” i „prostota”. Jest też element grywalizacji, gdzie koledzy mogą wchodzić w interakcje z kluczowymi wartościami IKEA jako grą.

Łatwiejsza i bardziej wciągająca analiza danych

VR daje nam również wiele nowych i ekscytujących sposobów na wizualizację i zrozumienie danych, a także na o wiele bardziej wciągające informacje. Weźmy na przykład BadVR, którego slogan to „Wejź do swoich danych”. Napisano całe książki na temat znaczenia danych w operacjach biznesowych, podejmowaniu decyzji i zrozumieniu klientów, więc z zadowoleniem przyjmuję wszystko, co ułatwia zrozumienie danych i, co najważniejsze, działanie. Misją BadVR jest wykorzystanie immersyjnej technologii jako skalowalnego, szybkiego sposobu wizualizacji i analizy niemal każdego typu zestawu danych, dużego lub małego, i przekształcenia go w praktyczne spostrzeżenia. Tak więc, zamiast serii nieprzeniknionych liczb i nudnych wykresów kołowych, użytkownicy mogą (używając gogli VR) dosłownie wkroczyć do swoich danych i zobaczyć je w nowy, ekscytujący sposób, na przykład unoszące się obiekty lub symbole oznaczone kolorami. W finansach Citi Bank zbadał technologię XR jako sposób na wizualizację swoich danych, tworząc „Holograficzną Stację Roboczą” dla traderów finansowych. Korzystając z technologii HoloLens firmy Microsoft, Citi Bank stworzył zintegrowany system 2D i 3D, który umożliwia traderom wizualizację danych finansowych w czasie rzeczywistym i śledzenie trendów, wszystko za pomocą hologramów. Dowód koncepcji jest mniej wciągający niż coś takiego jak BadVR, ale jako sposób na zwiększenie interaktywności danych i usprawnienie podejmowania decyzji finansowych jest to z pewnością obiecujący pomysł. Ułatwia również udostępnianie danych, ponieważ użytkownicy Holograficznej Stacji Roboczej mogą udostępniać swoje interaktywne wizualizacje innym osobom w czasie rzeczywistym za pomocą poleceń głosowych.

Poprawa wirtualnych spotkań

Wspominałem już w tej książce, jak podczas pandemii koronawirusa spotkania Zoom szybko stały się normą dla wielu osób. Osobiście uważam, że wzrost popularności pracy zdalnej i wirtualnych spotkań jest obecny w większości branż, więc możemy oczekiwać, że Zoom i jego konkurenci będą nadal rosnąć na popularności – i stale dodawali nowe funkcje mające na celu ulepszenie naszych wirtualnych spotkań. Co powiesz na funkcję, która wygładzi Twoją skórę i zminimalizuje widoczność perfekcji? Już zrobione. Opcja „popraw mojego wyglądu” w Zoom to filtr AR, który zmiękcza Twój wygląd, wygładza odcień skóry i ogólnie sprawia, że wyglądasz na bardziej dopracowany. W czasach, gdy wielu z nas spędza więcej czasu w pomieszczeniach niż zwykle, takie funkcje pomagają nam wyglądać bardziej dziko i bardziej wypoczętym, niż prawdopodobnie czujemy się w prawdziwym życiu. Niestety nie filtruje to spodni dresowych, więc i tak trzeba ubrać się odpowiednio do okazji! Ale kto wie, czy w przyszłości będzie dostępna funkcja „podmaluj mój strój”? Wiemy, że filtry i funkcje związane z XR staną się coraz bardziej powszechne.

Przejsię na wirtualne targi

Jako osoba często podróżująca w interesach doskonale zdaję sobie sprawę z tego, jak pandemia koronawirusa całkowicie zmieniła podróże służbowe, być może na zawsze. Spotkania, sesje szkoleniowe, sesje strategiczne i konferencje... wiele wydarzeń przeniesiono do sieci ze względną łatwością, co skłoniło wielu z nas do pytania, czy naprawdę musimy wrócić do naliczania tak wielu mil (drogowych i lotniczych) w przyszłości. Ale czy główne krajowe targi i wystawy mogłyby być tak płynne w Internecie? Jeśli targi Thin Air, pierwsze na świecie prawdziwie cyfrowe targi, są czymś, do czego warto się wybrać, odpowiedź brzmi: tak. Odbywający się we wrześniu 2020 r. i opracowany przez

platformę Gearmunk, zajmującą się przeglądem sprzętu outdoorowego, wirtualny pokaz mediów Thin Air był zupełnie nowym doświadczeniem dla branży outdoorowej, zaprojektowanym, aby rzucić wyzwanie tradycyjnym pokazom, takim jak Outdoor Retailer. Celem było naśladowanie doświadczenia targów w świecie rzeczywistym, w najdrobniejszych szczegółach. Tak więc po zarejestrowaniu się i utworzeniu spersonalizowanych awatarów uczestnicy mogli wędrować po korytarzach centrum kongresowego, przedstawiać się innym uczestnikom, a nawet słyszeć, co mówią inni przechodzący obok. (Jest to możliwe dzięki przestrzennemu dźwiękowi 3D, co oznacza, że gdy przechodzisz między dwiema osobami, słyszysz dwa głosy z przeciwnych stron głośników lub słuchawek. Lub jeśli odwrócisz się od kogoś plecami, jego głos będzie cichszy, tak jak w prawdziwym życiu). Nie zabrakło stoisk, sal prezentacyjnych i stref networkingowych, jak na zwykłym pokazie, a stoiska były obsadzone przez awatary przedstawicieli marki - wszystko na żywo i w czasie rzeczywistym. Takie wirtualne pokazy są wyraźnie znacznie tańsze, bardziej elastyczne i mniej szkodliwe dla środowiska niż pokazy osobiste. Myślę, że w przyszłości zobaczymy, jak coraz więcej targów i wystaw przenosi się online, a przynajmniej przechodzimy do połączenia wydarzeń osobistych i wirtualnych. A dlaczego nie, kiedy przestrzenie internetowe stają się coraz bardziej realistyczne i wciągające? Na przykład za pomocą takich narzędzi, jak aplikacja Matterport Capture, każda rzeczywista przestrzeń może zostać zeskanowana i przekształcona w ustawienie 3D – co oznacza, że możesz łatwo stworzyć wirtualną replikę 3D (cyfrowego bliźniaka, jeśli chcesz) swojej przestrzeni biurowej lub innej środowisko, duże czy małe. Można to wykorzystać do tworzenia filmów promocyjnych, wirtualnych spacerów, a nawet doświadczeń VR. Wszystko, czego potrzebujesz, to kompatybilny aparat (w tym aparat iPhone'a), a aplikacja Capture skanuje i tworzy dokładną cyfrową replikę. Możesz edytować i dostosowywać przestrzeń (np. zamazując twarze pracowników), dodawać dodatkowe szczegóły, a następnie udostępniać je innym za pomocą aplikacji Matterport Showcase. Dzięki Showcase inni mogą doświadczyć Twojej przestrzeni w trybie przejścia, widoku domku dla lalek, trybie planu piętra oraz jako wciągające wrażenia VR dla urządzeń Cardboard i Oculus. Takie narzędzia pomagają w udostępnieniu prostych doświadczeń VR dla wszystkich typów użytkowników.

Kluczowe wnioski

* XR jest już szeroko stosowany w życiu codziennym, zwłaszcza w postaci aplikacji, narzędzi i filtrów opartych na AR. Najnowsze smartfony i tablety są wyposażone w technologię AR, która dzięki odpowiednim aplikacjom może nałożyć zabawne, rozrywkowe i pouczające treści na rzeczywiste życie - od zwariowanych filtrów Snapchata po wyniki wyszukiwania zwierząt w 3D Google.

* A w świecie pracy XR (zwłaszcza VR) jest wykorzystywany w szerokim zakresie funkcji, w tym rekrutacji, onboardingu, szkoleniach, wizualizacji danych, wirtualnych spotkaniach, a nawet targach online.

Jak wspomniałem w tym rozdziale, jednym z najczęstszych sposobów, w jakie marki korzystają z technologii XR, jest zwiększanie zaangażowania klientów. Proste filtry AR są popularnym sposobem na zrobienie tego, ale niektóre marki mają o wiele bardziej imponujące doświadczenia AR. Na przykład firma Pepsi stworzyła niesamowity wyświetlacz AR w londyńskim przystanku autobusowym, który oszołomił pasażerów dojeżdżających do pracy, nakładając przykuwające oczy obrazy – jak meteor uderzający w ziemię lub tygrys idący w ich kierunku – na prawdziwą ulicę przed nimi. Warto obejrzeć film Pepsi o szokowanych, osłupiałych dojeżdżających do pracy. Aby nie zostać gorszym, Uber zainstalował aplikację AR na dworcu kolejowym w Zurychu, która zanurzyła przechodniów w przygodach, takich jak głaskanie tygrysa w dżungli. Film przedstawiający ludzi wchodzących w interakcję z tym doświadczeniem miał ponad milion wyświetleń w YouTube.