



VRBIZZ.COM
solutions

motoros kapa...marsjáró...bullshitgenerátor

A 42 virtuális megfejtése*

Menjünk a Marsra együtt!

Valódi kérdések és válaszok egy (AR, VR, MR, XR) fejlesztés

IGEN döntésének meghozatalához

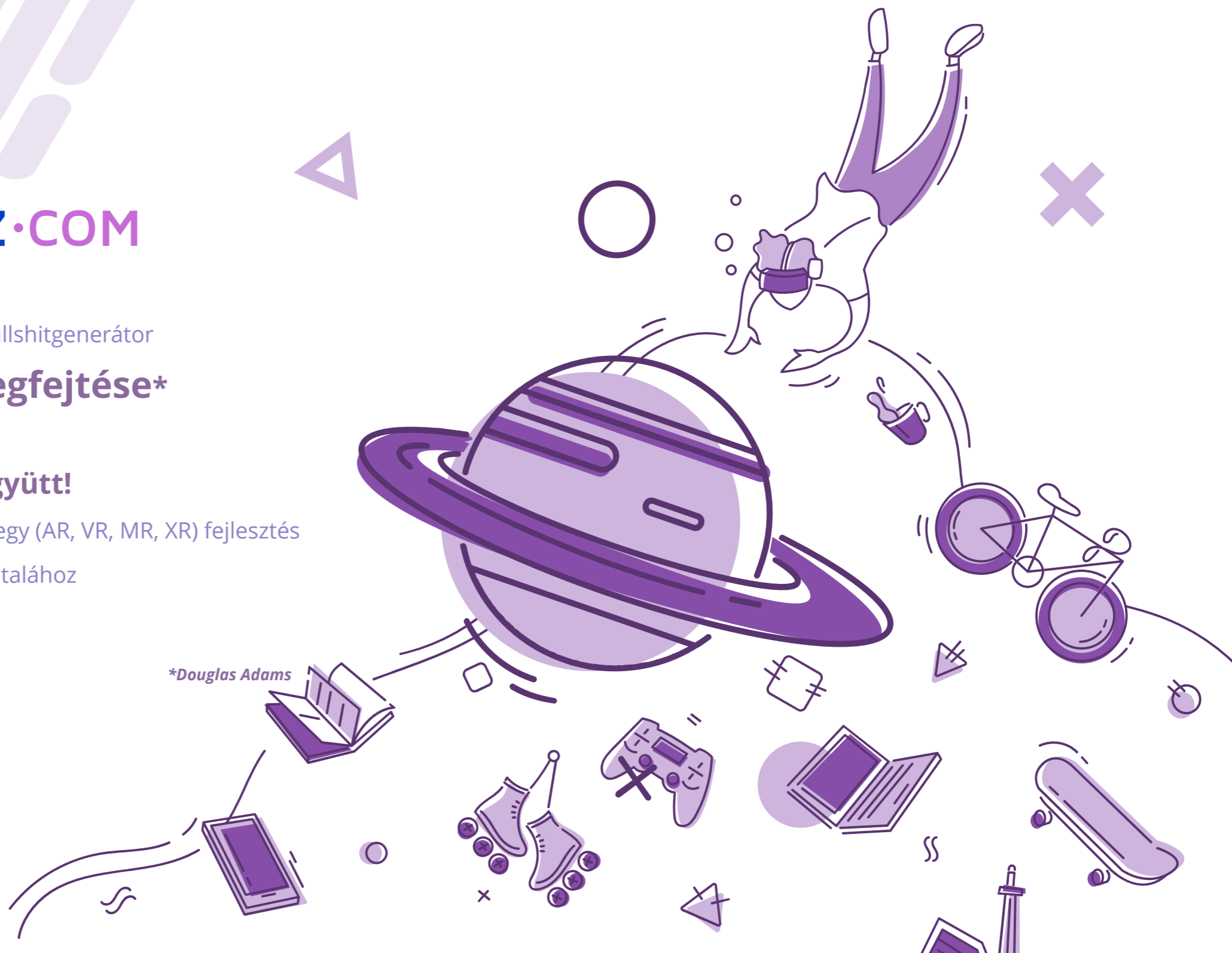
[Ugrás a Kérdőív kitöltésre](#)

Töltse ki kérdőívünket az alábbi linken,
és fejlesszen egy VR alkalmazást, MOST!



A jövő előrejelzésének
legjobb módja az, hogy

feltaláljuk!



Menjünk a Mars-ra együtt!

a méltán népszerű VR kézikönyvek sorozat első kötete:

A Mars meghódítása

kezdő marskutatók kézikönyve

Gyakorlati útmutató

Kezdő marsrakéta (AR, VR, MR, XR) építőknek,
mit csináljunk és mit ne csináljunk,
ha oda- vissza vagy valahová akarunk jutni.

...avagy piacszerzés és piacépítés egy ismeretlen terepen,
de ismert szabályok alapján

...érdemes-e elkezdenem...hogyan kezdjek hozzá...miért jó ez
nekem...milyen előnyöm származik belőle...milyen
erőforrásokat igényel...és még több kérdés és válasz...egy
Virtuális fejlesztés **IGEN** döntésének a meghozatalához.



Marsra, persze...megbeszélésre pontosan, először...motoros kapát...most megtanulni... bullshitgenerátor....van elég bajom így is...ja hogy ez javítana a hatékonysági mutatókon... megelőzném a konkurenciát...villantánék valami újat...nem is túl bonyolult...kitalálható... kiszámítható...kivitelezhető...kit érdekel...azért azt a pár kérdést, amúgy is végig kellene gondolni... hát, rendszert is vinni kellene már újra a dolgokba...miért is ne...veszíteni biztos nem fogok vele...max tisztába leszek pár részlettel... amúgy is rágták már a fületem emiatt ...én is elindíthatnék valami újat...na jó a Marsra ugyan nem megyek, de a kérdésekre én is tudnék válaszolni...még az is kiderülhet hogy simán behúzom, mert ez azért nem tűnik rocketscience-nak...átgondolom... na jó,...kitöltöm...lássuk... hehehe...

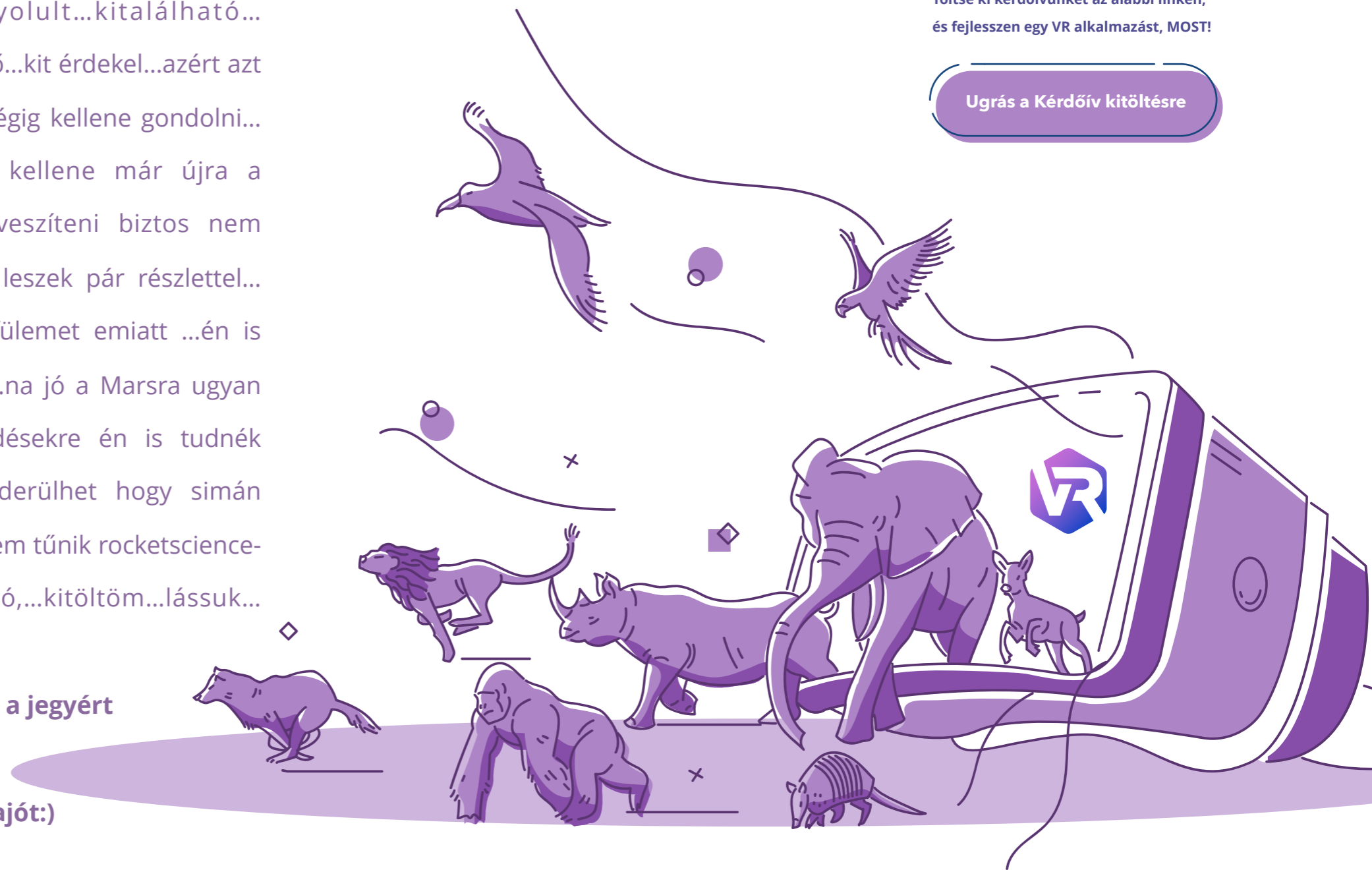
a többiek meg majd csak a jegyért állhatnak sorba, ha már összeraktam az űrhajót:)

Kell ez nekem?

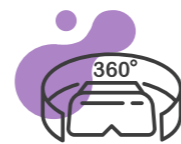
Most aztán majd megtudom...

Töltse ki kérdőívünket az alábbi linken,
és fejlesszen egy VR alkalmazást, MOST!

[Ugrás a Kérdőív kitöltésre](#)



Hogyan változtatja meg...



a VR / AR virtualizáció nézőnk / látogatónk / felhasználónk / ügyfelünk "customer journey map" folyamatát

azt a folyamatot amíg a célközönségünk érdeklődését felkeltjük, megérti és befogadja az általunk létrehozott virtualizált tartalmat (témát / brand-et / üzenetet).?



Hogyan térképezzük fel a célközönségünk "customer journey map" (CJM) folyamatát hatásosan?

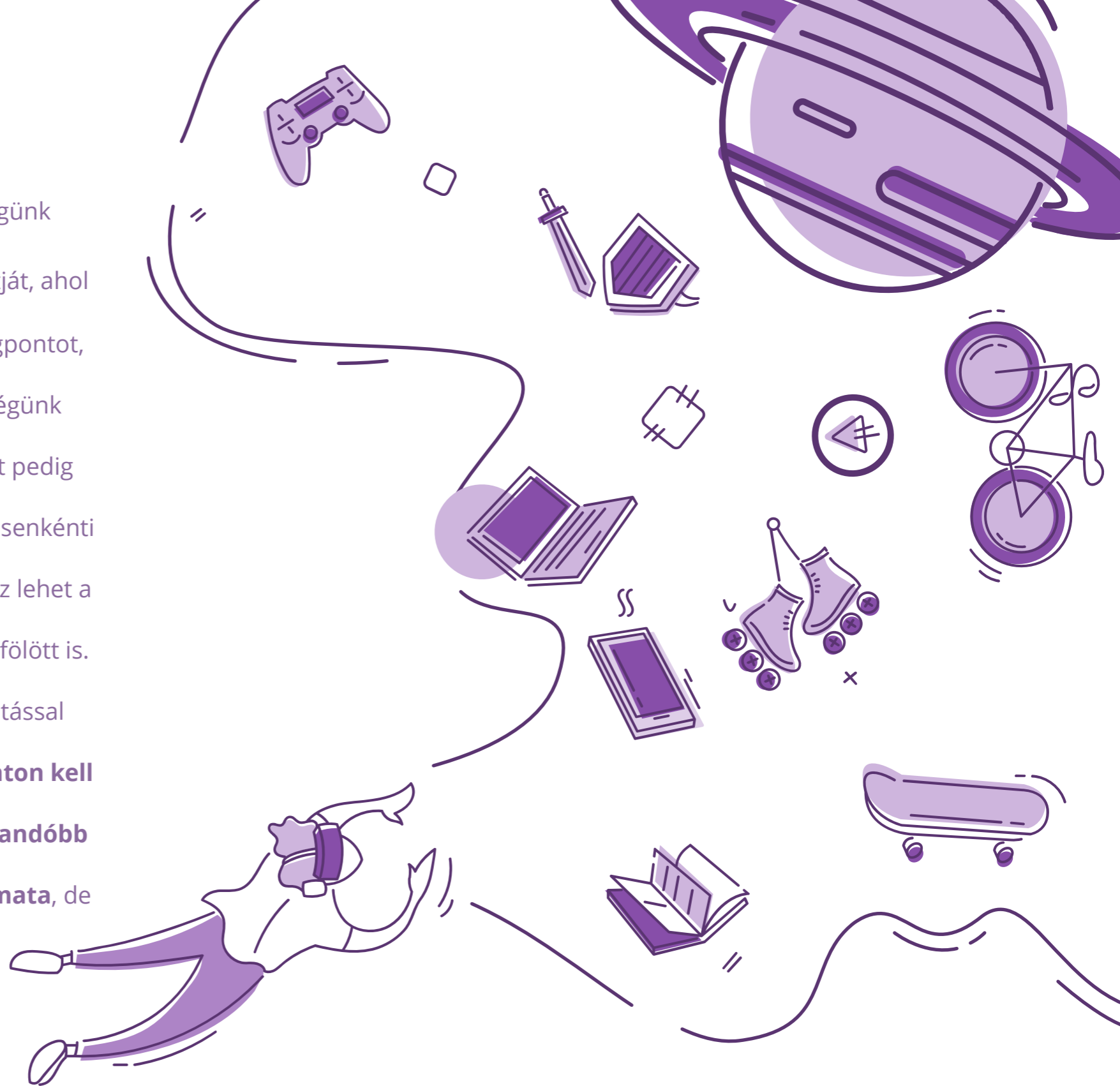
A célközönségünk befogadási folyamatának vizuális ábrázolása, az a folyamat ami a célközönség gondolkodásának átalakításhoz vezet. A sikeres CJM létrehozásához meg kell érteni a célközönség motivációját / szándékát, és azt, ami ösztönzi őket a tartalmunk befogadására. Miután tisztában vagyunk ezekkel a motivációkkal, hozzáigazíthatjuk őket a tartalmunk minden mérföldkövéhez, szakaszához / érintkezési pontjához. Tehát ki kell értékelni azokat a területeket, hogy hol kell beépíteni a megfelelő tartalmi / marketing üzenetet, hogy valódi felhasználói élményt nyújtsunk, amely végül szemléletváltáshoz / tartalmunk befogadásához vezet.

Töltse ki kérdőívünket az alábbi linken,
és fejlesszen egy VR alkalmazást, MOST!

[Ugrás a Kérdőív kitöltésre](#)



Meg kell határoznunk a célközönségünk tartalm befogadási folyamatának első pontját, ahol beléptetnénk a virtuális világunkba, és a végpontot, ahol már elképzelésünk szerint a célközönségünk befogadta az üzenetünket. A két pont között pedig azokat a mérföldköveket, ahol célunk a lépésenkénti tartalom: (téma / brand / üzenet) átadása. Ez lehet a folyamaton belül 2-3 pont, de lehet akár 10 fölött is. Ezeknek a pontoknak a meghatározása kihatással van a fejlesztés költségeire. **Minél több ponton kell beavatkozni, annál értékesebb és maradandóbb lesz az útvonal és az üzenetátadás folyamata,** de a költségei is növekednek.



Töltse ki kérdőívünket az alábbi linken,
és fejlesszen egy VR alkalmazást, MOST!

[Ugrás a Kérdőív kitöltésre](#)

CJM tartalombefogadási szempontok

Awareness - Céltudatosság, Kockázat felmérés, Határozott elképzelés

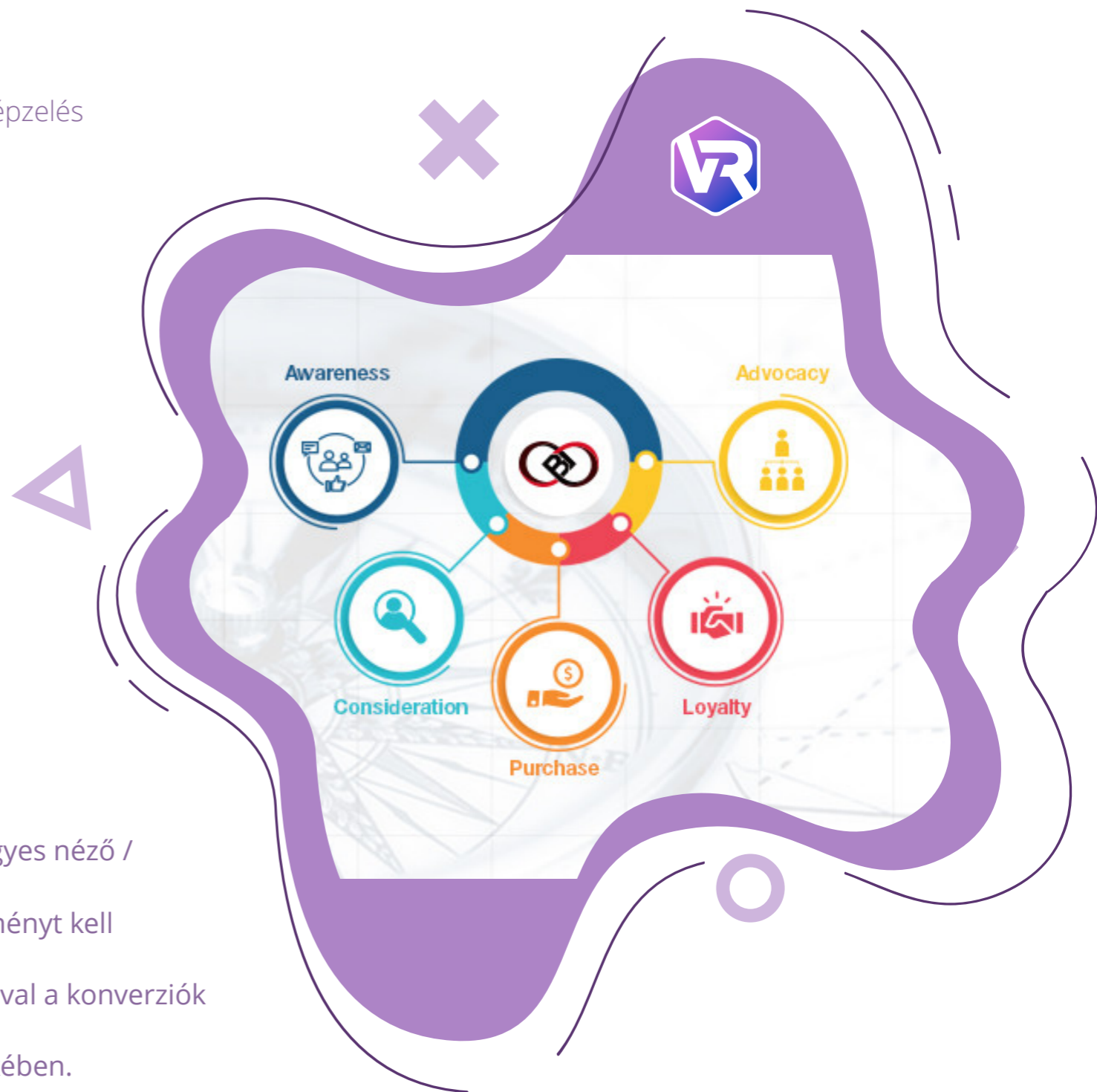
Consideration - Megfontolás, Gondolkodás, Mérlegelés

Purchase - Vásárlás, Tartalomérték átadás, Üzenetátadás

Loyalty - Hűség, Elkötelezettség, Szimpátia

Advocacy - Tovább fejlesztés, Support, Életciklus követés

Összegzés: Minden célközönség különbözik. Ezért minden egyes néző / látogató / felhasználó / ügyfél számára személyre szabott élményt kell létrehoznunk, a célközönség CJM felmérésének felhasználásával a konverziók (tartalom: téma / brand / üzenet) hatékony átadásának érdekében.



Virtuális marketing varázslat a B2B üzleti szemléletben



fogalom magyarázat:



tartalom: téma / brand / üzenet

célközönség: néző / látogató / felhasználó / ügyfél

virtuális tér: az adott tartalomnak megfelelő kiválasztott

technológia: (AR, VR, MR, XR)

hardver: a pillanatnyilag adott legkorszerűbb standalone headset VR / AR szemüveg

szofver: az általunk az adott tartalomhoz fejlesztett célirányos alkalmazás amely a meghatározott hardveren fut.

customer journey map (CJM):** a célközönség tartalom befogadási folyamata - az érdeklődés felkeltésétől, a tartalom befogadásáig.

KPI*:** Key Performance Indicator - fő teljesítménymutató: egy olyan mérhető érték, ami azt mutatja meg, hogy egy cég milyen hatékonysággal dolgozik a kitűzött céljai felé.

Virtuális marketing varázslat a B2B üzleti szemléletben

„Bármilyen haladó technológia alig különbözik a varázslattól.”

Arthur C. Clarke

Ha megkapjuk Tőled a lehetőséget, akkor a varázslatot természetessé és hatékonyá tesszük a számodra.

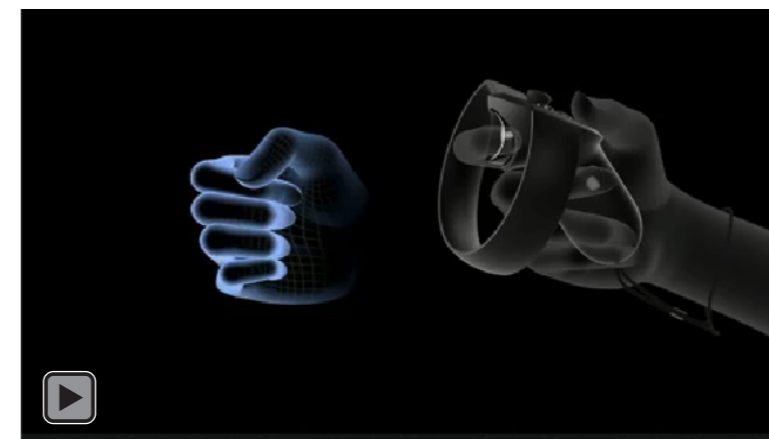
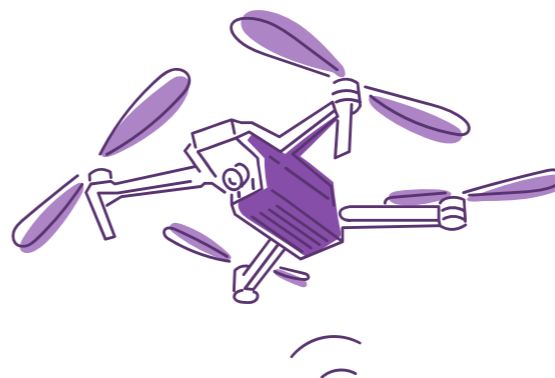
De ne feledd ez közben mégis kőkemény marketing, ami pénzben kifejezhető üzleti előnyt jelent a versenytársakkal szemben.

 **100%**



 **100%**

Itt talál meg bennünket:



Address

Printosh Advertising
1039 Budapest
Lomb u 37. - 39. Ferrum Irodaház

Ugrás a Kérdőív kitöltésre

TÖLTSD ki kérdőívünket az alábbi linken,
és fejlessz egy VR alkalmazást, **MOST!**



Phone

+36 30 9 310 775



E-mail

advertising@printosh.hu



Website

vrbizz.com

printosh.hu

