

Neue Studie: Mit Virtual Reality den Umsatz steigern



Geschwand, 23. Mai 2018. Kooperationspartner von Schmetterling International können Virtual Reality bereits nutzen. Die Technologie ist kostenfrei in den Schmetterling Technikpaketen integriert.

In Zusammenarbeit mit Carola Epple von der TU München hat Schmetterling International eine Studie lanciert, bei welcher die Nutzung von Virtual Reality (VR) in Reisebüros abgefragt wurde. Carola Epple erstellte diese wissenschaftliche Arbeit im Zuge Ihrer MBA-Abschlussarbeit (www.virtuallytheremedia.com). Die Studie ist im Bereich VR einzigartig, denn anders als übliche Laborstudien wurde diese anhand tatsächlicher Buchungen in echten Verkaufsgesprächen über die Wirkung von VR erhoben.

Welchen Einfluss also hat VR zum Beispiel auf das Buchungsverhalten? Anhand der erhobenen Daten lässt sich klar feststellen, dass sich das VR-Tool positiv auf das Buchungsverhalten auswirkt, und zwar genauer auf die Buchungswahrscheinlichkeit, die Geschwindigkeit der Entscheidungsfindung und den Umsatz. Durch den Einsatz des VR-Tools wird die emotionale Aktivierung beim Kunden angeregt, wie Begeisterung, Interesse und Neugier.

Professor Königstorfer, der betreuende Professor von Carola Epple fasst das Ergebnis so zusammen: „Das Besondere an Frau Epples Studie ist, dass sie auf echten, VR-unterstützten Kaufentscheidungen basiert, nicht auf einer künstlichen Laborsituation. Dass emotionale Aktivierung eine so große Rolle spielt, passt gut zu den Ergebnissen anderer Studien aus der Konsumforschung. Häufig werden emotionale Aspekte aufgrund der Schwierigkeit der Messung außer Acht gelassen. Sie haben aber — wenn sie erfasst werden — oft große Effekte.“