



Bruken av virtuell virkelighet (VR) vil totalt endre hvordan du prøvekjører og kjøper bil i fremtiden.

30-03-2017 08:00 CEST

Vil tilby prøvekjøring av bil døgnet rundt

Bruken av virtuell virkelighet (VR) vil totalt endre hvordan du prøvekjører og kjøper bil i fremtiden.

- En kunde som vil prøvekjøre en SUV kan lett ta en tur i sanddynene med den nyeste modellen uten å forlate sofaen. Trenger du en bybil kan du teste hvordan den tar seg til og fra skolen i rushtiden mens du sitter hjemme, sier den globale sjefen for digitale opplevelser i Ford Motor Company, Jeffery Nowak.

Ford bruker allerede VR-teknologi ved produksjon og design av nye biler. Det neste steget er å bruke VR-teknologi for å gi bilkundene en bedre kjøpsopplevelse.

Virtuell virkelighet, eller Virtual Reality (VR), er teknologi hvor du ved hjelp av et par spesialbriller gjenskaper virkeligheten og får følelsen av at du faktisk sitter inne i en bil og prøvekjører den.

Går mot et samfunn med mer prøving

I dag kan kunder både prøve klær eller nye briller på nettet og se hvordan de passer ved hjelp av moderne teknologi. Ifølge Fords globale trendsjef, Sheryl Connelly, kan også kundene bli overveldet av de mange valgene de har med dagens mange shoppingmuligheter på internett.

- De mange valgmulighetene har innvirkning på forbrukerens ønske om å gjøre et bindende valg - et kjøp. Produkter og tjenester tilpasser seg derfor et samfunn der vi prøver og vurderer i større grad enn vi kjøper, forklarer Connelly.

Følelser viktig for bilvalg

Den viktigste enkeltfaktoren når du skal kjøpe en bil, etter de praktiske og økonomiske spørsmålene, er ene og alene emosjonelt. Det går frem av en [undersøkelse analysebyrået Nielsen tidligere har foretatt](#). Den første prøvekjøringen med VR-teknologien kan derfor bli helt avgjørende for om det blir noe senere bilkjøp. Ved å tilby kunder muligheten til å prøve ulike modeller når de vil, hvor de vil og hvor lenge de vil, kan også kunden ha en mye klarere mening om hva slags bil de vil kjøpe når de går inn til en bilforhandler. Til og med den unike nybillukten kan i fremtiden gjenskapes til en slik virtuell prøvetur.

Har tre minutter på å overbevise kunden

Ford utforsker også mulighetene for å bruke utvidet virkelighet (AR) for ytterligere å forbedre kundeprosessen. Her legges digitale hologrammer inn i en virkelig verden, og opplevelsen av at det virkelig blir enda sterkere enn med VR.

- Vi ser for oss at kunden kan gjøre alle sine valg, fra modell og farge til utstyr og interiørfarger med slik simulering. Deretter lages bilen etter kundens ønsker. Det er egentlig uendelige muligheter med denne teknologien, sier Nowak.

Ford bruker allerede VR-teknologi når de designer biler ved selskapets designsenter i Köln i Tyskland. Teknologien gjør at designerne kan oppleve hvordan det føles å sitte inni bilen uten å måtte lage en prototype.

- Det sies at i løpet av tre minutter så vet folk om de elsker produktet eller ikke. Det samme er tilfelle med en bil. Derfor er det opp til oss designere å skape den perfekte opplevelsen for kunden fra de setter seg inn, lukter og kjenner på overflatene, sier Fords globale sjef for interiørdesign, Amko Leenarts.

Om Ford Motor Company

*Ford Motor Company er en global bilindustrileder basert i Dearborn, Michigan, USA, som produserer eller distribuerer biler på over seks kontinenter. Med ca. 166.000 ansatte og 70 fabrikker på verdensbasis inkluderer konsernet **bilmerkene** Ford og Lincoln. Konsernet leverer finansielle tjenester gjennom Ford Motor Credit Company. For mer informasjon vedrørende Fords produkter, vennligst besøk www.ford.no*

Ford Europa er ansvarlig for å produsere, selge og vedlikeholde Ford-merkede kjøretøyer i 51 individuelle markeder og har ca. 66.000 ansatte. I tillegg til Ford Motor Credit Company inkluderer Ford Europas virksomheter Ford Customer Service Division og 22 produksjonsenheter, inklusive samarbeidsprosjekter. Den første Ford-bilen ble sendt til Europa i 1903 – samme år som Ford Motor Company ble etablert. Produksjon i Europa startet i 1911.

Kontaktpersoner



Anne Sønsteby

Pressekontakt

Informasjonsdirektør Ford Motor Norge

asonste1@ford.com

+47 - 905 10 518