

## ***Dassault Systèmes* представляет отраслевое решение *My Retail Theatre* для индустрии товаров массового спроса и ритейла**

**Средства интерактивной фотореалистичной 3D-визуализации способствуют привлечению покупателей за счет возможности индивидуализировать продукт и получить уникальный покупательский опыт**

3 декабря 2015 года компания *Dassault Systèmes*, разработчик платформы *3DEXPERIENCE* и один из мировых лидеров в сфере 3D-проектирования, цифровых макетов и управления жизненным циклом изделий, сообщила о запуске своего нового отраслевого решения *My Retail Theatre*, которое ориентировано на производителей товаров массового спроса и на предприятия розничной торговли.

Отраслевое решение “*My Retail Theatre*”, базирующееся на платформе *3DEXPERIENCE*, предлагает производителям товаров массового спроса функционал для интерактивной высококачественной объемной визуализации, благодаря которому покупатели смогут создавать собственные конфигурации приобретаемых продуктов – как в режиме онлайн, так и офлайн. В свою очередь, ритейлеры получают возможность продемонстрировать весь продуктовый ассортимент, независимо от физических размеров торгового зала, и предлагать покупателям более широкий выбор товаров без необходимости создавать огромные складские запасы.

В динамично развивающемся мире моды люди хотят быстрее увидеть новые продукты и получить новый покупательский опыт. Ритейлеры вынуждены формировать и поддерживать личные отношения с потребителями, чтобы повысить их лояльность бренду. Несмотря на уверенный рост онлайн-продаж, наблюдающийся по всему миру, традиционные магазины по-прежнему играют важную роль, выступая связующим звеном между брендами и покупателями. Всё это вынуждает ритейлеров искать новые способы поддержки конкурентоспособности и эффективного управления складскими запасами, новые решения для надлежащей демонстрации модных продуктов.

Отраслевое решение “*My Retail Theatre*”, разработанное компанией *Dassault Systèmes*, использует генерируемые при разработке изделия данные для общения с заказчиком, превращает их в визуальный опыт и впечатления, которые будут полезны как ритейлерам, так и потребителям. Новое решение обеспечивает целостность информации, позволяя ритейлерам подготавливать маркетинговые материалы на базе той же 3D-модели, которая создавалась на этапе разработки продукта. Таким образом, ритейлеры смогут добиться точности и гарантированного единообразия при взаимодействии с покупателями во всех точках продаж.

Благодаря средствам фотореалистичной визуализации, которые предлагает платформа *3DEXPERIENCE*, покупатели смогут на веб-сайте (или находясь в магазине) выбирать, конфигурировать и индивидуализировать продукты с помощью интерактивных устройств – например, смартфонов, планшетов или устройств с сенсорными экранами.

Новое решение позволяет покупателю в интерактивном режиме детально изучать различные товары (спортивную обувь, ювелирные изделия, часы, изделия из кожи и пр.) и выбирать желаемые цвета, материалы или текстуры. При этом ему будут предлагаться только те компоненты и материалы, которые доступны на складе, а стоимость товара будет рассчитываться с учетом реалистичных сроков исполнения заказа. После завершения процедуры конфигурирования покупателю остается лишь оплатить заказ, и он тут же может поделиться новостью о покупке в социальных сетях.

Отказавшись от физических складов в пользу каталогов цифровых фотореалистичных 3D-изображений, ритейлеры смогут демонстрировать потребителям гораздо более богатый ассортимент продукции без необходимости увеличивать складские запасы. Кроме того, они получают возможность собрать дополнительную информацию о вкусах потребителей и о покупательских трендах, чтобы максимально эффективно использовать онлайн-активность своих клиентов.

“В этом-то и заключается вся суть”, – говорит Крис Хиллиер (***Chris Hillier***), директор по инновациям в *Deckers Brands*. – “Речь идет о взаимодействии с клиентами и об обеспечении им максимального, [практически] бесконечного выбора, без каких-либо сложностей с управлением складскими запасами. 3D-инструменты полностью меняют характер взаимодействия брендов со своими потребителями. Фактически, они произвели революцию в этой отрасли”.

“Наше отраслевое решение *My Retail Theatre* позволяет создавать непревзойденный, индивидуализированный покупательский опыт по всем каналам продаж, начиная с цифровых брошюр и продуктовых каталогов и заканчивая онлайн-магазинами или интерактивными решениями внутри традиционных магазинов, а также стимулировать потребителей к тому, чтобы они не ограничивались одним лишь просмотром товаров”, – говорит ***Susan Olivier***, вице-президент *Dassault Systèmes* по индустрии товаров массового спроса и ритейлу. – “Современные [цифровые] технологии (в частности, данные 3D-проектирования, использующиеся на всем цикле производства – от формирования идеи до представления продукта конечному потребителю) вдохновляют на создание новых концепций шопинга, выходящих за рамки традиционных магазинов. Наш портфель отраслевых решений обеспечивает целостность, преемственность данных, которая необходима для создания инновационных продуктов и для формирования благоприятной потребительской среды”.

Подробности см. на сайте [www.3ds.com/industries/consumer-goods-retail](http://www.3ds.com/industries/consumer-goods-retail). 