

أساليب مبتكرة في التسويق الإلكتروني مع الواقع المعزز وأثرها في تصميم المنتجات

أ.د/ طارق إسماعيل محمد

أستاذ تصميم المنتجات - كلية الإعلام - جامعة عجمان - الإمارات العربية المتحدة.

كلية الفنون التطبيقية - جامعة حلوان - مصر

tarekabelatif182@hotmail.com

الملخص

مع التطور السريع للتكنولوجيا الرقمية وأدواتها وتطبيقاتها المختلفة، أصبح تسويق المنتجات إلكترونياً أكثر انتشاراً وفاعلية، حيث يتوقع الخبراء في المستقبل القريب أن يكون التسويق الإلكتروني هو الأسلوب المسيطر والرئيسي في تسويق المنتجات، لما له من إيجابيات كثيرة متعلقة بتوفير الوقت والجهد والمال عن أساليب التسويق التقليدية أو البديلة، بالإضافة إلى كونه أكثر إثارة وتشويقاً.

ومن أساليب التسويق الإلكتروني الحديث تقنية الواقع المعزز (AR) Augmented Reality والتي تعرف بأنها نوع من التكنولوجيا الرقمية التي تعتمد على إسقاط الأجسام الافتراضية وما يرتبط بها من معلومات في بيئة المستخدم الحقيقية لتوفر له معلومات إضافية وتحقق له انغماس كامل فيها.

ومن ثم يتناول هذا البحث تقنية الواقع المعزز كأحد الأساليب المستحدثة والمستخدمه في تسويق المنتجات، كذلك يتعرض البحث لأهمية استخدام الواقع المعزز خلال عملية تصميم المنتجات ذاتها وضرورة دمج مرحلة التسويق الإلكتروني للمنتجات بهذه التقنية ضمن إجراءات عملية التصميم، ويخلص البحث إلى ضرورة وجود متطلبات جديدة للواقع المعزز في تصميم المنتجات حتى يصبح الواقع المعزز في التسويق الإلكتروني أكثر فاعلية ويستفاد منه على الوجه الأكمل وتحقق نتائج.

الكلمات المفتاحية

التسويق الإلكتروني، الواقع المعزز، تصميم المنتجات.