

JORI

Dealerdays 2007
Marketingpersbericht

Instore promotie anno 2007: JORI slaat digitale wegen in

JORI staat jaar na jaar garant voor vernieuwing en creativiteit. Dat blijkt dit jaar eens te meer uit de nieuwste toepassing die JORI heeft ontwikkeld voor de JORI-dealers en de JORI-winkelpunten.

In het kader van een optimale service van de dealer aan de consument, en in het kader van een verdere digitalisering van ons leven, heeft JORI een toepassing ontwikkeld die zonder meer uniek is.

De nieuwe technologie, die de volgende maanden via de dealers en de JORI-winkelpunten zullen verspreid worden, laat dealers toe om in de virtuele versie van de woonkamer van de consument, de JORI-meubels voor te stellen als het ware uit te testen; Een unicum zonder meer in de hedendaagse meubelmarkt!

I. Context

De hedendaagse consument wordt steeds meer overweldigd met aanbiedingen, met promoties en zo voort. Dat maakt dat hij door de bomen het bos niet meer ziet. Bovendien wordt onze volledige leefomgeving steeds visueler, en meer gericht op visuele prikkels (digitale televisie, spelconsoles,) ten koste van andere zintuigen.

Eén van de gevolgen daarvan is dat ons vermogen om zelf zaken voor te stellen verder afneemt. Een belangrijk aspect, ook wanneer het gaat om het aankopen van een nieuw zitmeubel. En dat is relevant, want hoe minder een consument zich kan voorstellen hoe het meubel in de toonzaal er bij hem of haar thuis zal uitzien, hoe minder hij of zij geneigd is tot een aankoop over te gaan.

De trend naar een omgeving die steeds meer gericht is op visuele prikkels is onomkeerbaar en daarom wil JORI inspelen op de digitalisering in de winkel, en wel op 2 verschillende manieren.

II. Een primeur: meubels uittesten in een virtuele 3D omgeving

Tijdens de dealerdays zullen in primeur enkele 3D modellen met functies gedemonstreerd worden in een virtuele woonruimte. De demonstratie wordt gegeven door de firma die marktleider is in dit segment en die een module heeft ontwikkeld die de volgende jaren zal uitgroeien tot dé referentie en dé standaard voor dergelijke toepassingen.

Het proces verloopt als volgt:

De consument deelt aan de verkoper in de zaak zijn woonkamer mee (afmetingen, vensters, schouw, kasten, verlichting ...). Aan de hand van het programma kan de verkoper-adviseur in een handomdraai de woonkamer visualiseren in de kleuren die de consument opgeeft.

Daarnaast kiest de consument het model dat hij graag zou plaatsen in zijn living. Het model wordt in de living gebracht, met de functies die eraan verbonden zijn zoals rug in de hoogte verstelbaar, uitschuifbare zitting, arm die beweegt...

De consument ziet via het scherm hoe zijn model eruit zou zien in zijn woonruimte : past het qua afmetingen, kleur, functies, en zo meer. Hij ziet op die manier een driedimensionale voorstelling van het meubel in zijn eigen woonkamer, wat het hem makkelijker zal maken zijn aankoop te bevestigen. Een voordeel voor de dealer en voor de consument.

JORI zal in de loop van 2008 de volledige collectie zitmeubelen omzetten naar een 3D-omgeving en het pakket aan de dealers voorstellen.

III. LCD-schermen per model naast het model in de zaak

De consument die in de zaak rondwandelt en kennis maakt met het aanbod, ziet vaak niet dat een bepaald JORI zitmeubel veel meer heeft te bieden dan men op dat moment met het blote oog kan waarnemen (zoals bijvoorbeeld de verschillende functies : relaxfunctie, TV-zetel-functie, een verstelbare rug en dergelijke meer).

De verkoper in de meubelzaak kan niet op elk ogenblik aanwezig zijn en op die manier gaat er veel nuttige informatie verloren.

Om hieraan te verhelpen, zal JORI bij ieder model met verstelbare functies in de nabije toekomst een LCD-scherm plaatsen dat op een continue wijze het model in al zijn facetten weergeeft. Het beeldscherm zal op die manier de aandacht vestigen vooraleer de consument zijn interesse zou verliezen (uit onwetendheid) en weer verderwandelt.. Eenmaal de consument de functie kent, kan hij of zij vervolgens om meer info vragen bij de verkoper. Dit zal ongetwijfeld een pluspunt betekenen voor de dealer, vooral op drukke verkoopdagen zoals zaterdag en zondag.

Voor meer informatie hierover, kan u te allen tijde contact opnemen met

- JORI, Gudrun Goethals (Communication Department) op het nummer +32 (0)56 31.35.01, gg@jori.com of op de website www.jori.com
- Trimedia, Matthias Meersschaert, op +32 (2) 713 07 35 of per mail via mmeersschaert@trimedia.be

www.jori.com