



## Laten zien is overtuigen

### 360 graden fotografie als ultieme sales- en marketing tool.

Iedereen die voor het eerst kennis maakt met streetview is direct overtuigd van het nut en de mogelijkheden. De controversie die op dit moment in Duitsland speelt spreekt eigenlijk boekdelen. Willen we wel dat iedereen alles zomaar kan zien?

Zou deze discussie ook zo hoog zijn opgelopen als er sprake was geweest van een eenvoudig filmpje, of aan aantal normale foto's? Waarschijnlijk niet. Het is juist de impact van de 360 graden fotografie, die letterlijk alles laat zien. En soms zijn we daar dus kennelijk niet zo blij mee.

Omgekeerd biedt deze techniek geweldige nieuwe mogelijkheden om klanten te overtuigen, juist omdat we alles kunnen laten zien. En dan niet met de streetview kwaliteit (die overigens goed genoeg is voor dat doel), maar met een goede fotokwaliteit en eventueel ondergebracht in een professionele virtual tour.

### Waar inzetten?

Papier en internetpagina's zijn geduldig. We kunnen vrijelijk roepen wat we willen en alle mogelijke superlatieven gebruiken. 'Wij hebben de grootste, meeste, mooiste', maar daar overtuig je geen mens meer mee.

Een 360 graden foto is het ideale middel om het overtuigend bewijs te leveren en te onderbouwen wat we allemaal beweren. Het kan ook een uitstekend middel zijn om inzicht te geven in ruimtelijke situaties.

Het bewijs dat die sfeer werkelijk zo bijzonder is, dat die collectie inderdaad zo enorm is, dat die faciliteiten echt zo goed opgezet zijn.

Ook voor ruimtes die normaal gesproken niet toegankelijk zijn, zoals in de industrie, waar dat door strenge veiligheidseisen of regels rond de hygiëne onmogelijk is, is het een perfecte oplossing om toch een groter publiek rond te laten kijken.

### Mogelijkheden

Een 360 graden foto is eigenlijk een soort open huis, maar dan wel 7 dagen per week en 24 uur per dag. En de bezoeker kan langskomen wanneer het hem of haar schikt.

Als we van een 360 graden foto een virtual tour maken, dan moet deze interactief zijn en nieuwsgierig maken. Uitnodigen om meer te zien en meer te weten. En daar zijn uiteenlopende mogelijkheden voor.

Zoals plattegronden die de navigatie vergemakkelijken. Of buttons en hotspots waarmee teksten, foto's, of films als pop-up getoond kunnen worden als toelichting. Achtergrondmuziek, of -geluid en eventueel een voice-over.

Allemaal mogelijkheden om de boodschap helder en overtuigend over te brengen.

## Praktijkvoorbeelden

Wanneer is een 360 graden foto, of een virtual tour een geschikte oplossing? Een kleine greep uit de praktijk:

Een *scheepswerf* in Rotterdam, altijd op zoek naar bekwaam personeel en leerlingen kan zich hiermee profileren door een helder en goed beeld geven van de arbeidsomstandigheden.

Voor een *uitvaartpark* in Amsterdam was dit een ideaal middel om snel een overzicht te kunnen geven van alle verschillende grafvelden, faciliteiten, zalen en zaaltjes. En op deze manier een aantoonbare oplossing voor verschillende etnische- of geloofsgroeperingen, voor grote- of kleine groepen.

Een *hotel restaurant* geeft op deze manier inzicht in de mogelijkheden voor zakelijke- en bruidsarrangementen. Vergaderzalen, feestzalen, faciliteiten, alles snel te bekijken.

Voor een *reisorganisatie* was dit een ideaal middel om alle hutten, restaurants en andere faciliteiten op een *cruiseschip* optimaal te laten zien.

Maar ook voor een luxe sauna, een grote manege, een historisch schip, een groot winkelbedrijf en een raceteam, was dit het ultieme middel om te zeggen "kijk zelf maar, het is echt waar wat we zeggen!".

En voor veel bezoekers de sites was dat het laatste duwtje wat ze nodig hadden.