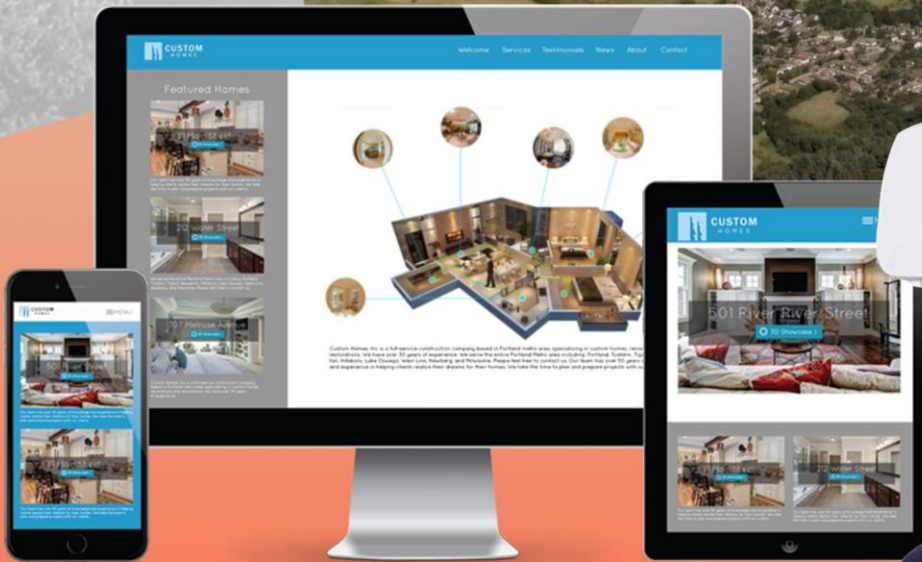


VIRTUÁLIS TÚRÁK ÉS DRÓN FELVÉTELEK

ÚJ PERSPEKTÍVÁK A JÖVŐBE



Virtuális túrák és drónfelvételek

Új perspektívák a jövőbe

2016. november

Borsodszentgyörgy

Szerzői jog © 2014-2017 Kriston Gábor, Minden jog fenntartva

Bevezető

Mint vidéki kistérségből származó, és a vidék kihívásait magáénak érző egyén, már régóta foglalkoztatott a gondolat, hogy hogyan járulhatnék hozzá szűkebb hazám és a hasonló települések jövőjének biztosításához, gazdaságának fellendítéséhez.

Informatikai és marketinges múltamból kifolyólag folyamatosan nyomonkövetem a technológiai változásokat, és látva a közelmúlt vívmányait, mint például a drónfelvételek és virtuális túrák, úgy találtam, hogy ezeket hadrendbe állítva megnyílt az út, hogy egy olyan új perspektívából mutathassuk be a sok kincssel bíró településeket, az ott működő vállalkozásokat, mint még soha, felszínre hozva a valódi értékeket. Úgy gondolom, nekünk, akik első kézből tapasztaljuk a technológia rohamos fejlődését és cselekvőképes pozícióban vagyunk a feladatunk, hogy a 21. század újításait felhasználva utat nyissunk a jövő felé.

Kriston Gábor
tulajdonos
DX Labz

Út a jövőbe

Bár sok térség rengeteg természeti értékkel és lehetőséggel bír, és az önkormányzatok aktívan próbálnak tenni a települések népszerűsítéséért, valamint a helyi vállalkozók is igyekeznek működésüket profitábilissá tenni, sokszor nem rendelkeznek a megfelelő eszközökkel és ismeretekkel, hogy tevékenységüket, erősségeiket vonzóbbá, szélesebb körben ismertté tegyék, és ezáltal fokozni tudják az érdeklődők számát. Az eladásra kínált ingatlanoknál pedig a gyenge minőségű felvételek nehezítik meg nagyban a sokszor csodálatos természeti környezetben fekvő házak és lakások értékesítését.

A virtuális túrák és drónfelvételek ezen helyzeten kívánnak segíteni, alkalmazva a leginnovatívabb megoldásokat az üzletek forgalmasabbá tételére, ingatlanok, települések bemutatására, így közvetett hatásként új munkalehetőségeket teremtve, a kistérségek munkaerőmegtartó erejét növelve.

A fent megfogalmazott problémára konkrét megoldást nyújthatnak a Google Streetview (Utcakép) mintájára készített csúcstechnológiájú kamerák segítségével készült beltéri és kültéri gömbpanoráma felvételekből összefűzött virtuális túrák, valamint légi felvételek, internetes honlapokra beágyazható formátumban.

A szolgáltatásból elsődlegesen profitálható célcsoportok az önkormányzatok, ingatlan eladásra kínáló cégek és magánszemélyek, valamint a szálláshelyek, vendéglátóegységek, üzletük belső terét bemutatni kívánó vállalkozók, kereskedelmi egységek.

A virtuális túra szolgáltatás hozzájárulása a települések vonzóbbá tételéhez

A régiók turizmusmarketingjében az értékesítés-támogatás és a kommunikáció legjelentősebb eszköze az internetes portál vált, s válik méginkább a jövőben. A kutatások, tapasztalatok egyértelműen mutatják, hogy a turisztikai döntések meghozatalának legfontosabb eszköze az internet. Az internet már nem csupán az információ-szerzés, tájékozódás terepe, hanem a döntések meghozataláé, a vásárlásé is. Az egész turizmusfejlesztésnek, de különösen az értékesítési tevékenységnek a sikere attól függ, hogy sikerül-e, és ha igen milyen minőségben az elektronikus piacokon megjeleníteni.

A szálláshelyekről, vendéglátóhelyekről, idegenforgalmi látványosságokról készített virtuális séták és azok online megjelenésbe történő integrálása pozitív irányba mozdíthatja el a belföldön kikapcsolódásra vágyó turisták desztinációválasztási döntését az ily módon bemutatott térség javára.

Hasonlóan várhatunk pozitív változást az üzletek, kereskedelmi egységek minőségi bemutatásától, mely forgalomnövekedést és ezen keresztül munkahelyteremtést generál a magasabb pozicionálás és megbízhatóbb partner imázsának kialakítása révén.

A szolgáltatások vonzóbbá teszik az eladásra szánt ingatlanokat, így tömeges alkalmazásuk növelheti annak az esélyét, hogy a negatív elvándorlási trend lassuljon, és hogy az ország más részeiről, esetleg külföldről egy adott területre többen költözzenek.

További bevétel-szerzési lehetőség adódik a szálláshelykínálatba való bekapcsolódásból az Airbnb és professzionális fotózás kombinációjával, mely így sok család számára jelenthet jelentős keresetkiegészítést.

Az innovatív technológiákkal hozzájárulhatunk a településimázs formálásához is, az önkormányzati honlapokhoz készített települést bemutató promóciós videóanyagok elkészítésén keresztül.

Jól hangzik, de belefér ez a költségkeretünkbe?

A technológia fejlődésének hála a fent említett szolgáltatások ma már megfizethető áron elérhetőek, így a szálláshelyek, vendéglátóegységek, üzletek forgalmának és versenyképességének növelését célzó, ingatlanok értékesítését elősegítő csúcsmínőségű beltéri és kültéri (földi és légi) 3 dimenziós szabadon bejárható felvételek készítése minden gazdasági szereplő számára belefér a büdzsébe.

Ez nem is rossz, lehet még fokozni?

Legújabb fejlesztésként már elérhetőek a 360 fokos földi és légi videók is, így a visszanezés során az érdeklődők újra- és újra új perspektívából tekinthetik meg az felvételeket.

Növekvő érdeklődés a virtuális túrák és drónvideók iránt

Piackutatási eredmények

Kérdőíves piackutatásunk szerint az egyik ingatlanos adás-vétel Facebook csoportban elvégzett felmérés alapján a megkérdezett válaszadók 76%-a venne igénybe profi fotózási szolgáltatást ingatlanértékesítéshez.

A megkérdezettek 43%-a ismerte már a gömbpanorámafelvételekből készített virtuális túra alapú ingatlanhirdetéseket, és 100%-uk hasznosnak vélte őket, 76%-uk fizetne is

ezért a szolgáltatásért. A felmérésben résztvevők 62%-a a virtuális túra szolgáltatást részesítené előnyben a fotózással szemben.

Ingatlanos cégek

A megkérdezett ingatlanosok 94%-a gondolta úgy, hogy fontos a professzionális fotók használata. A minőségi fotók szerepeltetését egyrészt ügyfeleik érdekének legmegfelelőbb képviselője iránti elkötelezettségükből fakadóan is fontosnak találták. Mindezek ellenére csak az ügynökségek 50%-a használ profi fotóst az ingatlanok listázásához. 15%-uk egyáltalán nem költ profi fotózásra.

PROFESSZIONÁLIS FÉNYKÉPEZÉST HASZNÁLÓ ÜGYNÖKSÉGEK VERSENYELŐNYEI



(Forrás: Realtrends market survey, 2015 Szeptember)

A fent említett előnyök mellett a virtuális túrák időt és pénzt takarítanak meg az ügynökségeknek azáltal, hogy az érdeklődők a nap 24 órájában megtekinthetik az ingatlanokat, anélkül, hogy egy közvetítő jelenlétében körbevezetnék őket.

(Forrás: Information and Real Estate Transactions: The Effects of Pictures and Virtual Tours on Home Sales Paul E. Carrillo+ February 2008)*

Ingatlant eladni kívánó magánszemélyek

Eladó és vevő számára egyaránt fontos kérdés, hogy a meghirdetett képet végül mi lesz a lakás vételára.

A vizuális információ megkönnyíti az ingatlanvásárlók döntési folyamatát. Példaként egy virtuális túra az ingatlan várható eladási árát több mint 2%-kal is növelheti az értékesítési időt pedig 20%-kal lerövidítheti.

Átlagos értékesítési időtartam (nap) országrészenként

típus	Budapest	Kelet	Nyugat	Pest megye	átlag
használt téglalakás	77,9	103,5	89,1	108,2	86,1
használt panellakás	57,6	79,9	72,8	76,8	68,5
használt családi ház	173,7	193,6	222,0	180,5	196,4

Forrás: Otthon Centrum *2016 I. félévi adatok

Drónvideók alkalmazása az ingatlanoknál

A hely fekvésének és környezetének bemutatása olyan sajátosság, ami a korábbiakban számos ingatlanbemutató videó esetében elérhetetlen tényezőknél bizonyult. Mindaddig, amíg a felvétel nem sérti a helyi magántulajdonra vonatkozó törvényt, a drón magasból történő felvevő képessége felhasználható, hogy megörökítse az ingatlan és annak környezetének esszenciáját. „Ez nem csupán a ház eladásáról szól, hanem az életstílus és tágabb terület eladásáról. Egy prospektus általában a házról és az elegáns kertekről készült képekkel mutatja be az ingatlant, míg a videó segítségével az egész terület megörökíthető” – mondja Ed Sugden a Savills Country House Department igazgatója.

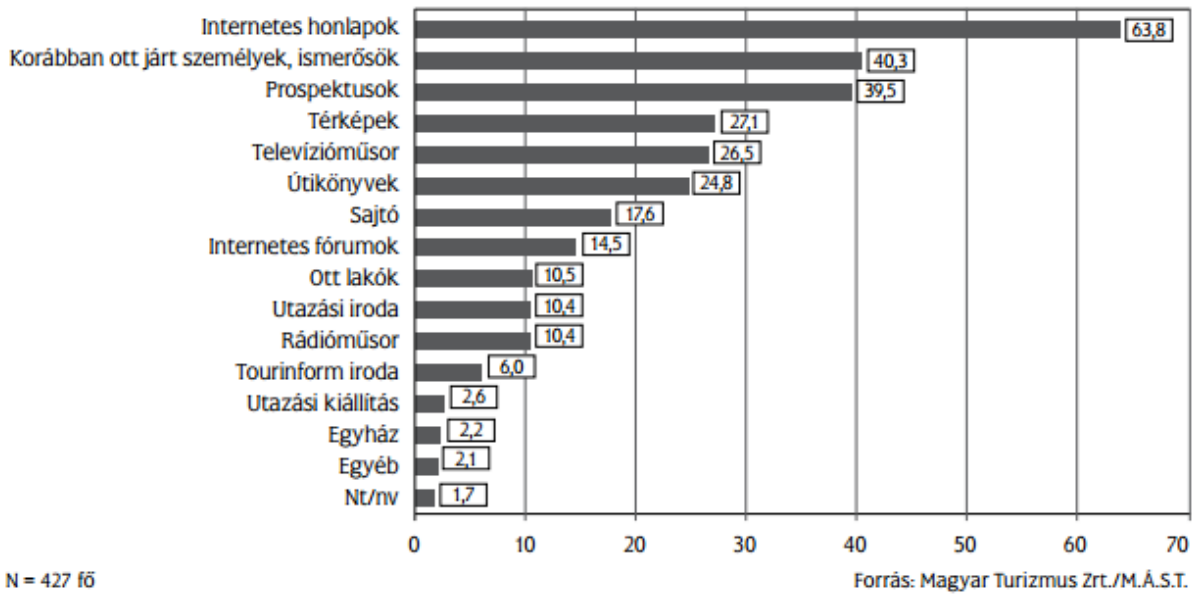
A rövid videó, mint marketingeszköz használata ugyancsak bizonyítottan növeli a megosztásokat, kedveléseket, és ezáltal az egész weboldal forgalmát. Minél több a megtekintés annál valószínűbb, hogy a legoptimálisabb (értsd: legmagasabb) áron fog elkelní az ingatlan. A videóval rendelkező ingatlanbemutatók 403%-kal több megtekintéssel rendelkeznek, mint videó nélküli társaik. Az online látogatók 80%-a a videókat nézi meg, míg mindössze 20% olvassa el a szöveget. Egy drónvideó valós értéket adhat a marketingcsomaghoz és bebizonyíthatja, hogy egy a konkurencia előtt járó, menő partnerrel van dolgunk. Sőt mi több, egy lenyűgöző videó, ami az ingatlant a legjobb oldaláról mutatja be sokkal nagyobb valószínűséggel fog egy messziről érdeklődő vevőt arra ösztönözni hogy vásároljon – tehát a vásárlói közönség is lényegesen megnövekszik egy szimpla videó felhasználásával.

(Forrás: https://www.coptrz.com/downloads/dl/file/id/2/product/0/the_beginners_guide_to_marketing_property_with_a_drone.pdf)

Szálláshelyszolgáltatók és vendéglátóhelyek

Több inspiráció kell az utazásra: A színvonalas webes megjelenéshez hozzátartozik a nagyon erős vizualitás és a jó minőségű szállásadói képek, ami ösztönzőleg hat az utazáson gondolkodókra.

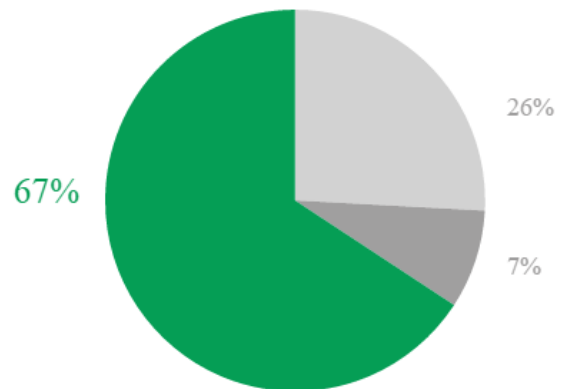
Az utazás előtti tájékozódás információs forrásai (%)



A Google is végzett a közelmúltban egy felmérést a virtuális túrák hatását vizsgálva. Az 1201 válaszadó kétféle tesztverziót tekintett meg egy-egy hotel és étterem weboldalából, az egyiket virtuális túrával a másikat nélküle. Ez eredmények magukért beszélnek.

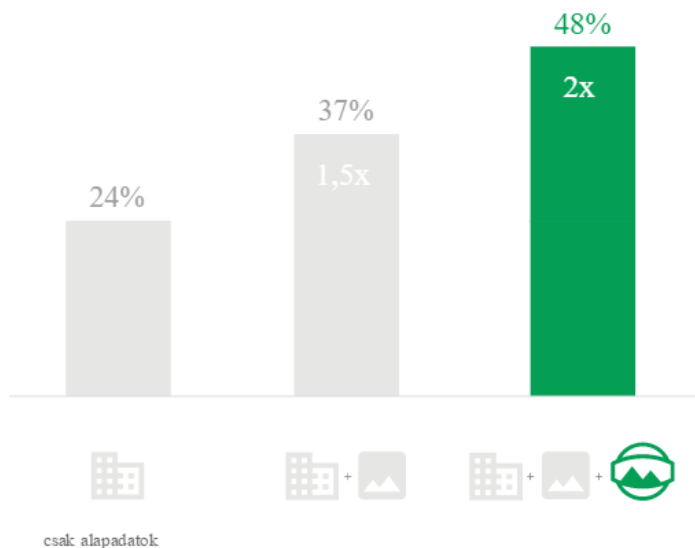
HÁROM MEGKÉRDEZETTBŐL KETTŐ SZÍVESEN LÁTNA TÖBB VIRTUÁLIS BEMUTATÓT

A megkérdezettek **67%-a szeretné, ha több** vállalkozás egészítené ki az adatokat virtuális bemutatóval. A többiek közül 26% számára közömbös volt a téma, és csak 7% állította, hogy felesleges lenne még több virtuális bemutatót közzétenni.



A VIRTUÁLIS BEMUTATÓK AKÁR A KÉTSZERESÉRE NÖVELHETIK A VÁLLALKOZÁS IRÁNTI ÉRDEKLŐDÉST

Azok a felhasználók, akik egy virtuális bemutatóval rendelkező vállalkozás adatait tekintik meg, **kétszer akkora eséllyel** adnak le foglalást. A 18–34 éves korcsoportban ez az arány még magasabb: ezek a látogatók 130%-kal nagyobb eséllyel döntenek úgy a bemutató alapján, hogy igénybe veszik a kínált szolgáltatásokat.



(Forrás: <https://gmail.google.com/intl/hu/maps/streetview/trusted/>)

Iparági szakértők szerint a virtuális valóság és a kiterjesztett valóság jelentheti a jövőt a turizmus és az IT-technológia találkozásában. Az ebben rejlő lehetőséget időben kiaknázók jelentős versenyelőnyre tehetnek szert konkurensikkal szemben.

A virtuális túrák hatékonyságát alátámasztó további statisztikák

- Leköti a látogatók figyelmét és növeli az üzlet megbízhatóságáról alkotott képet. Növeli a látogatók oldalon eltöltött idejét (egyres statisztikák kimutatták, hogy a virtuális túrákkal rendelkező weboldalakat 5-10x annyi ideig nézik, mint azokat, amelyek nélkülözik ezt a funkciót).
- A Carlson Hotel Group által végzett tanulmány szerint jelentősen, akár 135%-al növeli az online bevételt.
- Lehetővé teszi, hogy a vállalkozás kiemelkedjen a többi közül. A felmérésben résztvevő ügyfelek 75%-a 3-4 hotel weboldalt látogatott meg mielőtt előjegyezte foglalását.
- 46%-al több eladást (foglalást) generálhat mint az állóképek.
- „Nagyon csábító tulajdonság”-ként tartja számon a szabadidejükben utazók 57%-a, valamint az üzleti okokból utazók 46%-a.

(Forrás: <http://panomatics.net/web/statistics/>)

A KKV-k

Az infokommunikációs technológiák és szolgáltatások alkalmazása és megfelelő igénybevétele ma már kulcstényező a gazdaság minden ágazatában, működési hatékonyság, versenyképesség már nem biztosítható ezek nélkül. A magyar vállalati szektor IKT használatáról megállapítható, hogy elmaradást mutat más országok mutatóihoz képest.

Az uniós stratégia kiemeli a kis- és középvállalkozások fontosságát az integráció gazdasági versenyképességében. Mivel a KKV-k adják a tagországok GDP-jének nagy részét és a munkaerőpiacon is ez a szegmens a legfontosabb szereplő, mindenképpen fontos, hogy megfelelő mértékben tudjanak digitalizálódni.

A vállalkozások számára fontos, hogy nagyobb mértékű legyen az infokommunikációs technológiák felhasználása. Az első számú marketingeszköz a magyarországi kis- és középvállalkozások körében még mindig a weboldal.

A TOP-10 marketingeszköz a magyarországi kis- és középvállalkozások körében

1. Weboldal
2. Facebook-hirdetés
3. Kuponkedvezmény
4. eDM / hírlevél
5. Facebook céges oldal
6. SEO (keresőoptimalizálás)
7. Google Adwords
8. Upsell, termékkapcsolás
9. Céges blog
10. PR-cikk

(Forrás: <http://www.marketing112.hu/kkv-marketingeszkoztar-2016/>)





A sikeres üzleti weboldalak sarokkövei a minőségi képek. Kimutatások szerint a 360 fokos fotók pedig legalább 27%-kal nagyobb arányban ösztönzik a látogatókat vásárlásra/kapcsolatfelvételre a normál fotókkal összevetve.

Az üzletek belső tereinek virtuális túrákkal történő, minőségi bemutatása és a drónfelvételek a színvonalas vizuális megjelenés következő evolúciós lépései, melyek maradandó élményt nyújtanak a weboldalra látogatóknak.

Lehetőségek integrálása a legnagyobb eredmény érdekében

A hatékony online megjelenés támogatásáért, a virtuális túrákkal és drónvideókkal kibővített, a kor igényeinek maximálisan megfelelő weblapokat közösségi média kampányokon keresztül is érdemes időről-időre promótni. A különböző szolgáltatások ily fokú integrációja biztosítja, hogy tényleg eljusson a célközönséghez az elkészült tartalom és valós eredményeket produkáljon az internetes portál.

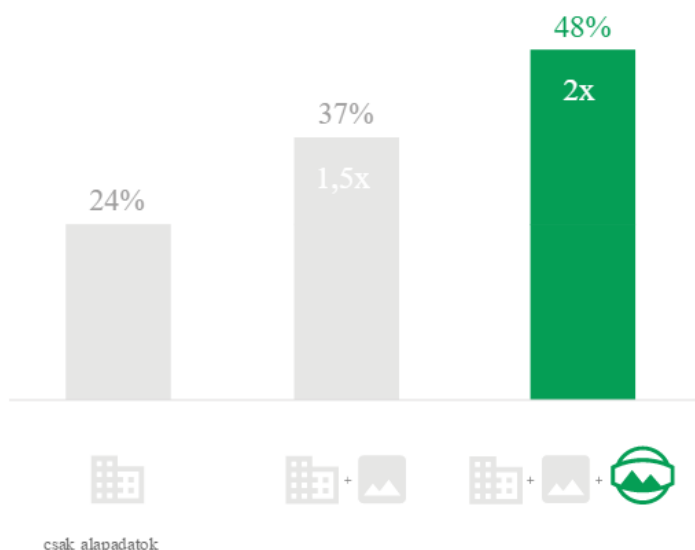
Mindez a komplex szolgáltatáscsomag cégünkön keresztül, partnereinkkel közreműködésben egy helyről elérhető a kkv-k, vendéglátóegységek, települések számára is. A felmérések szerint a döntéshozók nyitottak az új kedvezőbb piacrajutást elősegítő technológiák felé, viszont nem tudják, hogyan fordítsák azokat a hasznukra.

Technológiai innováció

A prémium szolgáltatásunkban használt, az országban egyelőre még nem ismert kameratechnológia automata feldolgozó rendszerének köszönhetően a jellemzően két héten belül szállított virtuális túrák elkészítése 24 órára rövidül le. Emellett a kamera automatikusan elkészíti az ingatlan alaprajzi nézetét is, illetve egy 3D térben forgatható, közelíthető távolsági képet is készít az ingatlanról. A Google Utcakép alapú szolgáltatásokkal ellentétben itt lehetőség nyílik privát felvételek megosztására, amelyek pl. ingatlaneladás után könnyedén eltávolíthatóak.

A VIRTUÁLIS BEMUTATÓK AKÁR A KÉTSZERESÉRE NÖVELHETIK A VÁLLALKOZÁS IRÁNTI ÉRDEKLŐDÉST

Azok a felhasználók, akik egy virtuális bemutatóval rendelkező vállalkozás adatait tekintik meg, **kétszer akkora eséllyel** adnak le foglalást. A 18–34 éves korcsoportban ez az arány még magasabb: ezek a látogatók 130%-kal nagyobb eséllyel döntenek úgy a bemutató alapján, hogy igénybe veszik a kínált szolgáltatásokat.



(Forrás: <https://gmail.google.com/intl/hu/maps/streetview/trusted/>)

Vendéglátóhelyek, szálláshelyek, kereskedelmi egységek esetén Google Utcakép kompatibilis kamerát érdemes alkalmazni. Ennél a kameránál teljes körű a Google keresőbe történő megfelelő integráció, így a vállalkozások nagy előnyre tesznek szert a keresőkben a jó találati pozíció elérésére.

Az elkészült felvételek helyszínen történő demonstrálásához, illetve reklámcélokra táblagépen is lehetőség van, illetve VR headsettel a felvételek virtuális térben történő bemutatása is lehetséges. A virtuális szemüveggel például körül lehet nézni egy szállodaszobában, vagy bele is kerülhetnek a potenciális vevők leendő lakásukba és be is tudják járni azt.

A nagyközönség számára már elérhetőek a 360 fokos földi és légi videók is. A közelmúlt fejleménye, hogy a Facebookon is elérhetővé váltak a 360 fokos videók és képek, amelyek kiváló lehetőséget teremtenek a KKV-knak szolgáltatásaik bemutatására.

Hogyan tovább

Az ebben a rövid füzetben összefoglalt piackutási eredmények számunkra egyértelműen azt jelentik, hogy eljött a perspektíaváltás kora. A technológiák ma már elérhetőek és megfizethetőek, hogy valós gazdasági előnyt kovácsoljunk belőle költséghatékony módon. Mindezek a lehetőségek csak egy karnyújtásnyira vannak Önöktől is. Keressenek minket kötelezettségektől mentes tanácsadásunkért, hogy felkutathassuk, mi lenne az Önök számára a legoptimálisabb megoldás.

Tegyünk együtt a jövőért!