



**PRESENTE**

**Un petit guide de  
la visite virtuelle**



**Matterport™**

Google Street View

**TRUSTED**

Photographer



Google Maps



## Partager

**71%** des internautes pensent que les établissements utilisant la réalité virtuelle sont innovants et tournés vers l'avenir.

**58%** souhaitent être associés à une marque qui utilise la réalité virtuelle comme moyen de communication.

**72%** se sentent plus engagés envers un établissement leur proposant une expérience de visite virtuelle.

**53%** sont plus à même de s'engager auprès d'un établissement utilisant la visite virtuelle.

\*Chiffres Google/Forbes 2018



## Se Rendre Plus Visible

1

### ATTIRER L'ATTENTION

Vos clients mémoriseront votre entreprise plus facilement après en avoir visionné des panoramiques immersifs à 360°

2

### ETABLIR UN LIEN DE CONFIANCE

Nous positionnons des hotspots pour mettre en évidence les caractéristiques propres à votre établissement et renforcer l'impact de votre offre

3

### AMELIORER L'EXPERIENCE CLIENT

Proposez une expérience client unique, sur-mesure, interactive et immersive. Partagez cette visite en 3D / H24 par SMS et en 1 clic sur les réseaux sociaux

# Votre visite virtuelle commence ici

## Nos images bougent pour vous et avec vous

La promotion visuelle de votre activité et de votre établissement devient une expérience mémorable en créant la surprise et l'émotion, accessible à tout moment et en tout lieu.

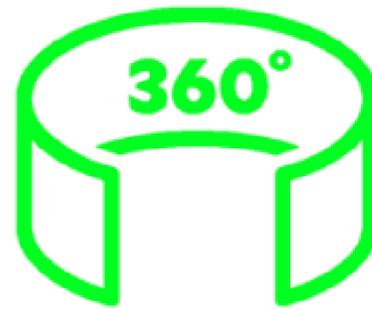
## Boostez votre présence numérique

En utilisant notre production d'images immersives avec vos outils numériques habituels, votre marque se partage sur les réseaux et votre offre est encore plus visible.



# LEXIQUE

- 1. VR ou Réalité Virtuelle** : c'est la réalité virtuelle, celle qui nous plonge dans un univers parallèle et dématérialisé. On vit l'expérience grâce à un casque VR permettant une immersion complète. L'utilisateur interagit alors avec les éléments de ce monde virtuel pour vivre et enrichir son expérience.
- 2. Visite Virtuelle** : elle est construite en assemblant des sphères photographiques au format 360° x 180° et formant une constellation de points de navigation reliés que l'on peut visiter en naviguant sur son smartphone, sa tablette ou son ordinateur avec ou sans l'aide de lunettes de visite virtuelle (Google Cardboard, Homido Mini...).
- 3. Visite Enrichie** : basée sur une visite virtuelle elle propose à l'utilisateur une succession de hotspots ou tags intégrés contenant vidéos, images, textes, liens et sons permettant d'enrichir l'expérience du visiteur et de captiver son attention plus longtemps.
- 4. Rich Media** : le format Rich Media permet de créer des annonces complexes et appelant à interagir pouvant provoquer une réponse forte de l'internaute. La technologie HTML5 offre la possibilité de superposer, sur un même emplacement, plusieurs niveaux de contenu, comme des vidéos, images, textes, liens.
- 5. Réalité augmentée** : technologie qui permet de superposer une image ou couche d'information 2D ou 3D dans le champ de vision en temps réel. L'AR peut être visualisée à l'aide d'un écran de smartphone ou d'un accessoire connecté, comme des lunettes (Google, Microsoft, Magic Leap et Apple travaillent sur des accessoires AR grand public qui pourraient être commercialisés dès 2018).
- 6. Google Cardboard** : comme son nom l'indique – une visionneuse en carton à monter soi-même, qui transforme un smartphone Android ou iOS en casque de VR à moindre coût. Depuis son lancement en 2014, Google en a vendu plus d'un million. Cet accessoire ingénieux est aujourd'hui concurrencé par de nombreux fabricants (Homido...) transformant le mot 'cardboard' en terme générique pour désigner un "casque de VR mobile d'entrée de gamme".



**7. Immersion ou état immersif** : état psychologique dans lequel nous perdons légèrement conscience de notre propre réalité physique, en faveur de celle proposée par l'expérience VR ou AR. STEREOSCOPIE Ensemble des techniques permettant de reproduire la perception du relief à partir de deux images planes.

**8. Stéréoscopie** : ensemble des techniques permettant de reproduire la perception du relief à partir de deux images planes.

**9. Vue à 360° ou panorama** : une vue 360 ou panorama permet de simuler la réalité par des images photographiques tridimensionnelles. Techniquement, elle est un assemblage de plusieurs photographies numériques prises avec un objectif ultra grand angle à partir d'un seul point de vue. Le rendu final offre une représentation à 360° du lieu photographié. Une vue 360 est interactive en ce sens que l'utilisateur peut faire tourner la vue sur 360° et afficher l'angle de vue qu'il souhaite.

Cette opération s'effectue avec une souris sur un ordinateur et avec le doigt sur les mobiles ou simplement par le mouvement, sans toucher l'écran, grâce au gyroscope intégré des appareils mobiles. Les deux formats les plus populaires des vues 360 sont Flash et HTML5. Le format Flash est de plus en plus délaissé à l'avantage du format HTML5, compatible sur tous les supports numériques mobiles iOS et Android, tablette et smartphone, ainsi que sur tous les ordinateurs Mac, PC et Linux.

**10. Hotspots (tags)** : un hotspot est une zone dans une sphère panoramique qui permet la création d'interactions dans une visite virtuelle enrichie (VE). Un hotspot sert généralement à passer d'une vue à une autre (flèche de direction, cercle...) mais peut également servir à déclencher une action telle que la lecture d'un son, d'une vidéo, d'une image, d'un lien ou l'affichage d'un texte.

**11. HTML5** : la dernière version du format de données HTML (HyperText Markup Language), Le HTML est le format de données permettant de représenter les pages web dans un navigateur (Chrome, Internet Explorer...)

# La visite virtuelle sur-mesure

## POURQUOI PRESENTER VOTRE ETABLISSEMENT AVEC UNE VISITE VIRTUELLE ?

Le choix d'un internaute souhaitant préparer un déplacement personnel (visite immobilière, musée, domaine historique, hébergement, salle de réception, magasin spécialisé ...) relève de plusieurs critères. Le budget, le calendrier, l'emplacement sont des éléments de choix objectifs mais ce ne sont pas les seuls.

La décision finale pourra aussi dépendre de la proposition visuelle que votre établissement aura choisi de faire aux futurs visiteurs en recherche de qualité et au plus près de leurs attentes.

La mise en valeur par l'image de votre établissement prend tout son sens lorsqu'elle est immersive, qu'elle engage le visiteur plus longtemps sur votre site et qu'elle est partagée sur les réseaux sociaux. Une vidéo de qualité professionnelle est appréciée pour la qualité de l'édition et sa mise en scène donne un aperçu plus ou moins réaliste.

Nous mettons à votre service les domaines de la photographie et de la 3D pour transformer l'expérience client et le faire adhérer à votre proposition pour l'inciter à pousser la porte de votre établissement.

Google Cardboard



Homido Mini

## LA VISITE VIRTUELLE C'EST LE NOUVEL OUTIL DE PROMOTION ET DE VENTE

LA VISITE VIRTUELLE ET LA VR ... La réalité virtuelle moderne, parue sous sa forme préliminaire au cours de l'année 2014 avec les Google Cardboards (construction cartonnée pourvue de lentilles permettant de consulter des contenus à 360° sur un smartphone) s'est peu à peu immiscée dans nombre de secteurs tels que le marketing, l'industrie, la médecine, la culture ou encore le divertissement pour ne citer qu'eux.

Mais s'il y a bien deux secteurs qui ont pu bénéficier directement de ce nouveau mode de consommation des contenus, ce sont bien les secteurs du commerce et des services. En effet, les possibilités immersives de la réalité virtuelle permettent de faire voyager un utilisateur d'un lieu à un autre en quelques clics en proposant une expérience visuelle hautement mémorable.

La Google Cardboard a l'avantage de ne coûter qu'une poignée d'euros à produire. Si elle convient parfaitement au visionnage de photos et vidéos 360, elle ne permet pas à l'utilisateur de se déplacer ou d'interagir avec le contenu proposé. Mais d'autres casques à la technologie plus avancée ont depuis fait leur apparition.

La société Homido p.ex. produit d'excellentes lunettes pliables à clipser sur votre smartphone et à emmener partout dans votre poche.



Pour profiter d'expériences immersives, ludiques et engageantes, il suffit d'une tablette, d'un ordinateur ou d'un smartphone. A la manière d'une visite Street View mais d'une qualité visuelle bien supérieure, les points d'interaction permettent de se déplacer dans l'environnement capté à 360 degrés.

Ces visites seront ensuite partagées sur les réseaux sociaux ou directement intégrées sur votre page web, ou via un Cloud et permettra d'entrer dans votre établissement sans être équipé d'un dispositif VR particulier. Un simple smartphone vous permet de visionner et de partager cette visite virtuelle d'un simple clic

Le procédé de Scan3D Matterport est quant à lui une technologie permettant l'assemblage en 3 dimensions des nuages de points captés par un scanner spécifique.

L'effet visuel est hautement immersif et le rendu permet d'obtenir une modélisation de l'espace scanné en offrant la possibilité d'effectuer mesures, visualisations sous plusieurs angles, édition de plan schématique, visuel type 'maison de poupée', ajout de média enrichi tel que vidéos, textes, images, fichiers sons, etc... et son partage en un clic en fait une méthode de promotion simple, complète et efficace.

Qu'il s'agisse de visites réelles ou virtuelles, de photos panoramiques ou de maquettes 3D, de captation 360° ou de modélisation 3D, le facteur visuel est le premier contact avec votre futur client.



## PROPOSEZ L'EXPÉRIENCE VISUELLE LA PLUS QUALITATIVE

### METTEZ EN AVANT VOTRE NOUVEL OUTIL DE VENTE

En proposant une visite virtuelle vous vous assurez de donner le sentiment de proposer un traitement particulier, exclusif. Le fait de pouvoir parcourir à loisir une boutique, un bien immobilier, un atelier spécialisé, une galerie d'art, un établissement hôtelier (...) lui procurera un sentiment favorable à votre égard. Il aura l'impression d'avoir eu droit à une visite sur-mesure, créée pour lui et mémorisera votre offre plus facilement

### FAITES QUE VOTRE CLIENT SE SENTE PRIVILÉGIÉ

Tous secteurs commerciaux confondus, la VR est de plus en plus utilisée Vous pouvez anticiper sur votre concurrence. Pour ce faire, il vous reviendra de pousser encore plus loin l'expérience visuelle offerte à vos visiteurs, Que vous leur proposiez une visite en captation 360 ou en visite virtuelle 3D, veillez à toujours lui offrir une marge de manœuvre et des options de navigation et de personnalisation, afin qu'il possède toutes les clés pour prendre la meilleure des décisions. Vous vous différencierez sur le long terme et votre client vous en remerciera.

## POUR RENFORCER LA CAPACITÉ DU CLIENT À SE PROJETER DANS VOTRE ETABLISSEMENT



Sur un site web le visiteur est souvent confronté à la difficulté de se faire une idée objective de l'établissement qui va l'accueillir. Des photos en 2D ne parviennent qu'à donner une image relative des volumes et de l'ambiance.

Elles ne possèdent pas de vertus immersives et n'ont pas la capacité d'amener le visiteur à interagir ni à lever ses doutes au moment de faire un choix. Lors d'une visite virtuelle, l'utilisateur pousse la porte de votre établissement et le visite à distance ce qui lui donne un aperçu fidèle de la réalité qu'il va trouver sur place, vous renforcerez le lien de confiance.

Il peut prendre connaissance de toutes les informations que vous mettez à sa disposition. En naviguant lui-même et en passant du temps à le faire, en visionnant des teasers intégrés, des images, des informations (ou du son) l'internaute sort de la passivité et devient acteur de la visite de votre établissement et est engagé à connaître davantage votre marque, votre entreprise tout en consacrant plus de temps à votre offre.

2 minutes ou 30 secondes : le temps de consultation d'un site proposant une visite virtuelle vs. un site sans visite virtuelle

75% des clients potentiels qui ont vu une visite virtuelle ont déclaré que cela a eu un impact positif sur leur décision

62 % des visiteurs considèrent une visite virtuelle comme un outil majeur de décision avant de procéder à un achat

5 MILLIONS de vues par jour dans le monde, c'est le nombre de vues des visites virtuelles sur Google !



Les établissements utilisant des Visites Virtuelles obtiennent 50% de clics de plus que celles utilisant des photos standards pour présenter leur produit.

Une multiplication du partage par 20 pour un site possédant une Visite Virtuelle en comparaison à un site classique.

Les Visites Virtuelles sont partagées 1 fois sur 2 via les réseaux sociaux.

- 1 - Recueil des données : nous échangeons ensemble pour comprendre vos besoins et identifier la technologie la mieux adaptée
- 2 - Prises de vues : après validation de votre projet, nous nous déplaçons pour réaliser la captation des images
- 3 - Assemblage Scènes 360° manuelle ou automatisée, plusieurs technologies sont utilisées afin de reconstruire les panoramiques à 360°
- 4 - Postproduction des images, chaque photo fait l'objet d'un traitement de post production HDR pour un rendu optimal
- 5 - Nous publions votre visite virtuelle sur tous les moteurs de recherche de Google y-compris sur votre fiche Google My Business et nous vous transmettons les liens et code html permettant la visite, l'intégration sur votre site web et le partage sur les réseaux sociaux.

[Cliquez sur les vignettes pour visiter quelques exemples de réalisation](#)

Estimez le coût de votre visite virtuelle [ICI](#)

