



Virtual-Reality: Chancen & Risiken



Virtual-Reality

Akzeptanz und Auswirkungen von immersiven Produktpräsentationen am Beispiel von Erfahrungsgütern

Von Dr. Kai Israel

2023, 185 S., brosch., 44,- €

ISBN 978-3-98542-060-5

(Hamburger Schriften zur Marketingforschung, Bd. 102)

nomos-shop.de/isbn/978-3-98542-060-5

Die Virtual-Reality (VR) Technologie ermöglicht Unternehmen eine Produktpräsentation, die weit über traditionelle Darstellungsmethoden hinausgeht. Obgleich die Integration der VR-Technologie für Unternehmen viele Chancen eröffnet, ist deren Einsatz auch mit Risiken verbunden. Insbesondere der Mangel an empirisch gesicherten Erkenntnissen zur Kundenakzeptanz, zu den Auswirkungen der

Nutzung sowie zu Kannibalisierungseffekten ist ein wesentlicher Grund, der die Verbreitung von VR in der Kundenkommunikation noch hemmt. Das Buch adressiert diese Forschungslücken und identifiziert mittels eines nutzerzentrierten, quantitativen Forschungsdesigns konkrete Chancen und Risiken, die mit dem Einsatz von VR-Produktpräsentationen verbunden sind.

Bestell-Hotline +49 7221 2104-260 | Online www.nomos-shop.de
E-Mail bestellung@nomos.de | Fax +49 7221 2104-265 | oder im Buchhandel

Sie haben das Recht, die Ware innerhalb von 14 Tagen nach Lieferung ohne Begründung an Nördlinger Verlagsauslieferung GmbH & Co. KG, Augsburg Str. 67A, 86720 Nördlingen, zurückzusenden. Bitte nutzen Sie bei Rücksendungen im Inland den kostenlosen Abholservice. Ein Anruf unter Tel. +49 7221 2104-45 genügt. Unsere Datenschutzbestimmungen finden Sie unter nomos@shop.de/go/datenschutzerklaerung.

Virtual Reality: Opportunities & Risks



Virtual-Reality

Akzeptanz und Auswirkungen von immersiven Produktpräsentationen am Beispiel von Erfahrungsgütern

By Dr. Kai Israel

2023, 185 pp., pb., € 44.00

ISBN 978-3-98542-060-5

(Hamburger Schriften zur Marketingforschung, vol. 102)
in German

nomos-shop.de/isbn/978-3-98542-060-5

Virtual reality (VR) technology allows companies to showcase products in a manner that surpasses traditional display methods. Despite the numerous opportunities arising from integrating VR technology, its use is accompanied by risks. Specifically, the absence of empirical evidence supporting customer acceptance, usage outcomes and cannibalisation

effects remains a significant barrier to the widespread adoption of VR in customer communication. This book explores such research gaps and identifies specific opportunities and risks connected to the application of VR product presentations through a quantitative, user-centred research design.

Hotline for your order +49 7221 2104-260 | Online www.nomos-shop.de
E-Mail orders@nomos.de | Fax +49 7221 2104-265 | or in your local bookstore

You can withdraw from your book order without giving reasons within fourteen days. Simply send your written withdrawal within the given period to: Nördlinger Verlagsauslieferung GmbH & Co. KG, Augsburg Str. 67A, 86720 Nördlingen, Germany or to your bookstore. A withdrawal binds you to return the items. All costs and risks of return are payable by the addressee. You can find our privacy policy online at nomos@shop.de/go/datenschutzerklaerung.