

METAVERSES : OÙ SERONT LES MARQUES DANS LE PARCOURS CLIENT ?



PARCOURS CLIENTS

1

CHOISIR UN MÉTAVERSE

Compte tenu de leur nombre, le choix d'un Métaverse se fait en fonction de :

- > Sa spécificité (grand public, communautaire, orienté jeux ou événements, pour le travail ou l'apprentissage...)
- > Mais aussi des marques qui y seront présentes avec des contenus plus ou moins exclusifs, des boutiques, etc... à la manière des grands centres commerciaux.

LEVIERS MARKETING

- > PRESCRIPTION ET COLLABORATION

PARCOURS CLIENTS

2

CRÉER SON AVATAR

Pas d'utilisation d'un Métaverse sans un « avatar », son jumeau numérique dans les mondes virtuels. Il est créé :

- > Soit via les outils « propriétaires » du Métaverse
- > Soit en important un avatar créé dans une application spécialisée ou par un scan 3D de son corps...

LEVIERS MARKETING

- > VENTE DE VÊTEMENTS ET ACCESSOIRES

PARCOURS CLIENTS

3

OUVRIR UN COMPTE DE CRYPTO-MONNAIES

Chaque Métaverse utilise une crypto-monnaie : un token.

Pour en dépenser (et éventuellement en gagner), il est nécessaire de gérer ces tokens dans un portefeuille virtuel : un Wallet.

LEVIERS MARKETING

- > COUPONS, PROMOTIONS & AVANTAGES

PARCOURS CLIENTS

4

AMÉLIORER SON EXPÉRIENCE

Que soit pour son avatar, sa maison virtuelle, sa décoration... de nombreux achats permettent d'améliorer sa représentation virtuelle.

- > D'un NFT (un titre de propriété virtuelle inscrit dans la blockchain),
- > Ou un autre système « propriétaire » de gestion de biens virtuels (c'est le cas dans les jeux vidéos actuellement).

LEVIERS MARKETING

- > VENTE DE VÊTEMENTS IMMOBILIER, ÉQUIPEMENTS...

PARCOURS CLIENTS

5

VIVRE UNE VIE VIRTUELLE ET INTERAGIR AVEC LES MARQUES

Comme dans la « vraie vie », les usages proposés par les Métaverses sont innombrables... tout comme les opportunités pour les marques.

- > Interagir, rencontrer, converser
- > Faire partie d'une communauté
- > Apprendre
- > S'informer
- > Jouer
- > Faire du sport
- > Regarder un film avec ses amis
- > Participer à des événements
- > Travailler (visio, travail collaboratif)
- > Visiter des boutiques virtuelles
- > Acheter des produits virtuels
- > Acheter des produits physiques
- > Préparer une visite dans une boutique physique
- > Contacter un service client
- > Voter, s'engager
- > ...

LEVIERS MARKETING

- > PUBLICITÉ
- > BRAND CONTENT
- > INFLUENCE
- > CRÉATION DE TRAFIC
- > ECOMMERCE 3.0
- > CRM 3.0
- > PRODUCTIVITÉ
- > DATA COLLECT

+75 MÉTAVERSES

sont en cours de développement...

75% DE LA GÉNÉRATION Z

a déjà acheté un produit virtuel Source : Accenture

+100 BUSINESS CASES

déjà documentés par Lucy & associés

