



hypothesis

Veille sur la réalité mixte

Édition pour la grande distribution

Décembre 2020

Table des matières

Contexte	04
Méthodologie	05
Nos interlocuteurs - octobre 2020	06
Informations à connaître sur la réalité mixte	06
La réalité mixte dans la grande distribution	08
Dernières considérations	21
Objectifs de recherche détaillés et public visé	22



En savoir plus

Pour découvrir comment les solutions de réalité mixte peuvent améliorer votre activité, ou pour entrer en contact avec un spécialiste de la réalité mixte, veuillez consulter le site <https://aka.ms/MixedRealityDesk>.



Contexte

Alors que les sociétés du monde entier se lancent dans l'utilisation de technologies immersives pour gagner en efficacité, la réalité mixte est sur le point de changer la façon dont fonctionnent les entreprises. La réalité mixte est la fusion du monde digital avec le monde physique. La superposition d'objets numériques en 3D sur l'environnement physique offre aux utilisateurs le moyen d'interagir de manière naturelle et intuitive avec ces éléments à l'aide de dispositifs de casque ou lunettes (HMD pour « head-mounted devices »). Située au centre du spectre de la virtualité, la réalité mixte transforme l'espace de travail tel que nous le connaissons.

La société Microsoft s'est positionnée en première ligne du marché des technologies immersives et a été pionnière en matière de réalité mixte, innovant à la fois sur le plan matériel et logiciel pour offrir des solutions de réalité mixte multiplateformes. Avec l'arrivée d'HoloLens, le premier casque de réalité mixte sans fil conçu pour des cas d'utilisation commerciale, Microsoft a pris une place de leader dans le domaine de la réalité mixte et a validé la valeur pour les entreprises de cette industrie naissante en s'associant à des entités de premier plan dans le cadre de contrats à la valeur pouvant atteindre un demi-milliard de dollars.

En octobre 2020, Microsoft et Hypothesis ont entrepris une initiative visant à écouter les décisionnaires informatiques et commerciaux de trois pays. L'objectif était d'obtenir une meilleure compréhension de la façon dont la réalité mixte est utilisée dans trois secteurs clés : l'industrie, la grande distribution et la santé. Ce document décrit en profondeur comment les organisations de grande distribution utilisent et envisagent les technologies de réalité mixte. Bien que les données principales qui ont été collectées soient quantitatives, ce rapport met également en lumière les témoignages de clients qui donnent vie à ces données, offrant ainsi une image complète de l'utilisation de la réalité mixte sur le marché actuel.

En outre, ce rapport vise également à mettre au jour les manières dont la réalité mixte pourrait évoluer dans le futur.



Méthodologie

Microsoft a chargé Hypothesis Group, une agence d'étude, de conception et de stratégie, d'exécuter cette recherche de veille sur la réalité mixte.

La recherche de veille sur la réalité mixte a eu lieu en octobre 2020. Une enquête en ligne de 15 minutes a ainsi été menée auprès de plus de 700 décisionnaires impliqués dans des décisions concernant la réalité mixte au sein de diverses entreprises de taille intermédiaire liées aux secteurs de l'industrie, la santé et de la grande distribution aux États-Unis, en Allemagne et au Japon.

En outre, la recherche étudie avec soin les témoignages de clients recueillis à partir d'entretiens conduits entre Microsoft et des décisionnaires concernant la réalité mixte dans des entreprises du monde entier qui utilisent HoloLens 2.

Témoignages de clients du secteur de la grande distribution

Walgreens



Salvatore Ferragamo



Nos interlocuteurs

Octobre 2020



Public final



Informations à connaître sur la réalité mixte

- 1 **La plupart des organisations de grande distribution avec lesquelles nous nous sommes entretenus utilisent actuellement des solutions de réalité mixte via des dispositifs HMD, et leur utilisation devrait encore augmenter dans les 12 à 24 prochains mois. La réalité mixte est unanimement considérée comme un atout essentiel pour les organisations de la grande distribution (100 % d'accord) parmi celles qui l'utilisent déjà ou qui envisagent de l'utiliser dans un avenir proche**
- 2 **Les utilisateurs actuels et potentiels hésitent à stocker davantage de données dans le cloud, probablement en raison des informations sensibles qu'ils collectent et stockent à propos de leurs clients (informations de paiement, adresse de facturation et autres). En outre, les utilisateurs actuels sont freinés par des problèmes de compatibilité et d'implémentation, tandis que les utilisateurs potentiels sont gênés par un manque de formation au déploiement et par des préoccupations budgétaires.**
- 3 **Les principales applications de la réalité mixte dans le domaine de la grande distribution incluent la formation et la simulation ainsi que la conception, le prototypage et l'optimisation de l'agencement. De nos jours, la réalité mixte n'est pas aussi couramment utilisée pour l'assistance à la vente, car environ une personne sur trois n'envisage pas du tout cette application.**
- 4 **La majorité (plus de 3 sur 5) des organisations de vente au détail qui utilisent la réalité mixte estiment que leur investissement dans les solutions de formation et de simulation, de conception, de prototypage et d'optimisation de l'agencement et d'aide à la vente leur permet d'obtenir des améliorations de 15 % ou plus. Les belles réussites de clients tels que Walgreens, Küchen Quelle et Salvatore Ferragamo démontrent de quelle manière les solutions de réalité mixte répondent aux attentes de ce secteur et les dépassent.**



La réalité mixte dans
**la grande
distribution**



Microsoft

hypothesis



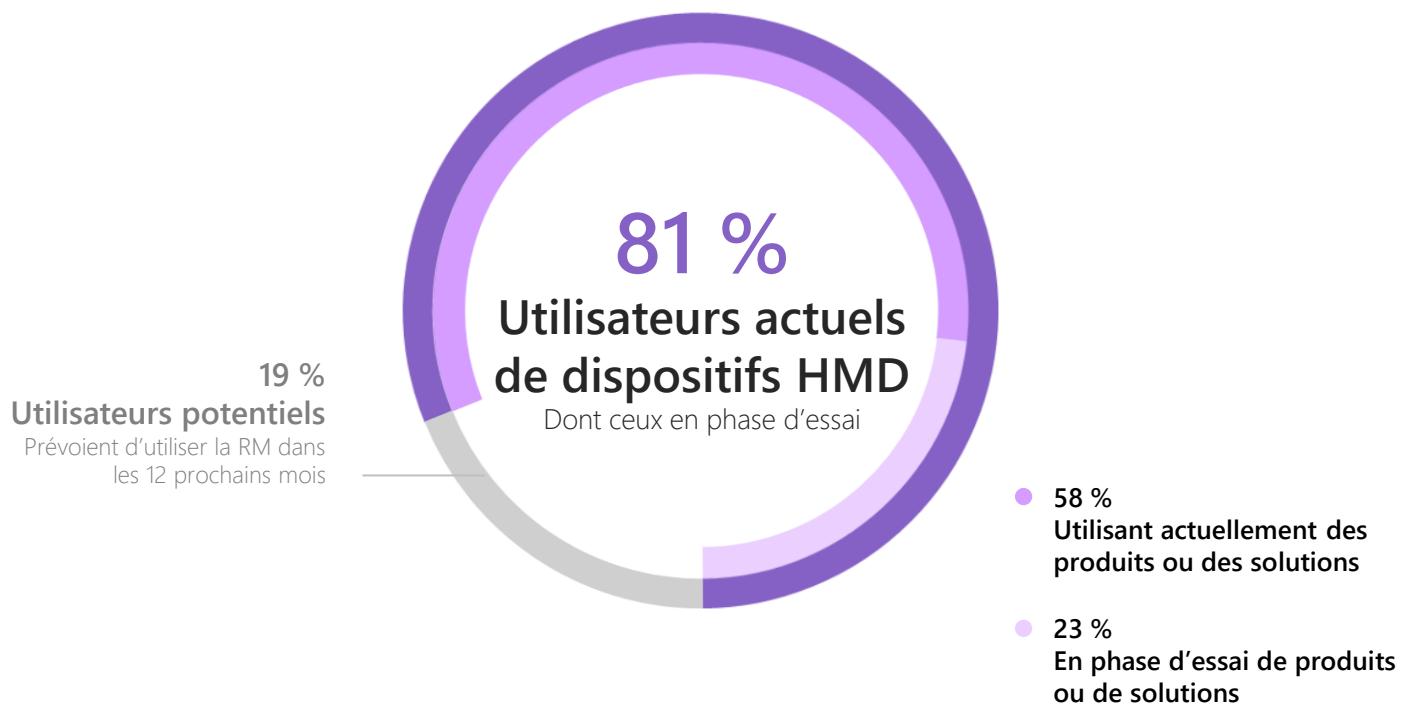
Vue d'ensemble

Des trois secteurs étudiés, c'est dans celui de la grande distribution que l'on compte le plus grand nombre d'entreprises utilisant actuellement la réalité mixte (58 %).

Comme dans le secteur de l'industrie, la grande majorité (81 %) des organisations de grande distribution interrogées utilisent actuellement la technologie de réalité mixte, mais un nombre un peu plus important d'entre elles ont adopté des dispositifs HMD (58 % dans la vente au détail contre 56 % dans le secteur de la fabrication).

Néanmoins, l'implémentation se développe : plus de deux organisations de grande distribution sur trois utilisent la réalité mixte depuis moins de deux ans. L'utilisation de la réalité mixte dans le secteur de la grande distribution est comparable d'un marché à l'autre, les utilisateurs actuels représentant environ 80 % des personnes interrogées aux États-Unis, en Allemagne et au Japon. (Figure 1)

FIGURE 1. UTILISATEURS ACTUELS VS UTILISATEURS POTENTIELS DE LA RÉALITÉ MIXTE

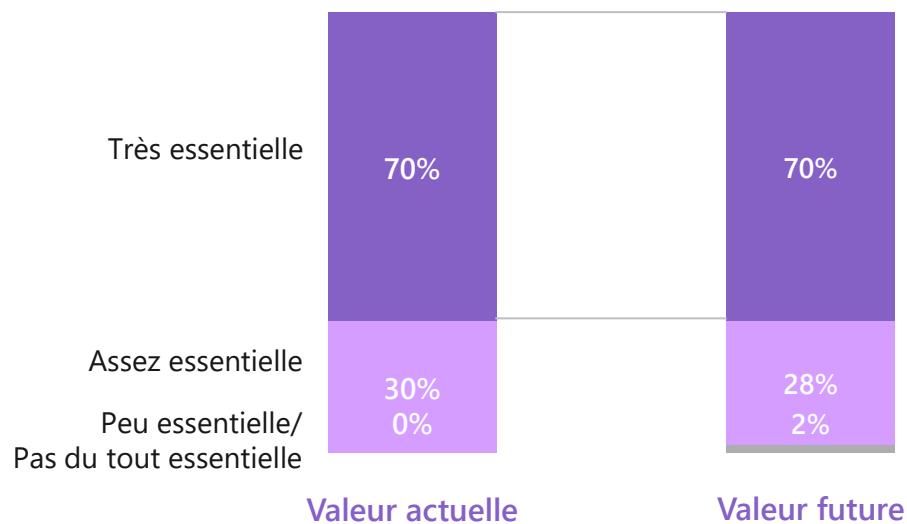




Les organisations de grande distribution s'accordent à dire que la réalité mixte est capitale à leur succès. De plus, les distributeurs s'attendent à ce que la prééminence de la réalité mixte perdure, estimant que sa valeur future est presque identique à sa valeur actuelle. (**Figure 2**) Avec 98 % des organisations qui sont convaincues que les solutions de réalité mixte resteront indispensables dans le futur, il n'est guère surprenant qu'elles prévoient unanimement d'investir autant (42 %) voire plus (58 %) dans les années à venir. Comme l'a déclaré un décisionnaire informatique pour la réalité mixte, « la réalité mixte est vitale si l'on souhaite créer un environnement de travail innovant, rentable et productif ».

C'est au sein des grandes entreprises que le développement du volume de dispositifs HMD devrait être le plus élevé. Cependant, les entreprises de taille moyenne ne sont pas loin derrière : les organisations comptant entre 1 000 et 5 000 employés prévoient un essor d'environ 119 % du volume de dispositifs HMD au cours des 12 prochains mois. Ce résultat reflète l'omniprésence de la réalité mixte dans le secteur de la grande distribution ainsi que l'émergence du commerce virtuel, une tendance qui illustre la polyvalence des solutions de réalité mixte dans l'amélioration de l'expérience client et employé.

FIGURE 2. RÉALITÉ MIXTE ACTUELLE VS VALEUR FUTURE





Les obstacles à la réalité mixte

En ce qui concerne l'utilisation de la réalité mixte, les questions d'implémentation représentent des obstacles importants pour les utilisateurs actuels et potentiels. Les préoccupations les plus importantes ont trait à la compatibilité, au moins une organisation sur quatre de chaque groupe ayant déclaré que les solutions de réalité mixte sont incompatibles avec les logiciels existants.

Les distributeurs se préoccupent également de la sécurité des données : respectivement 23 % et 26 % des utilisateurs actuels et potentiels citent les préoccupations liées au stockage d'un plus grand nombre de données dans le cloud comme l'un des principaux obstacles. Le secteur de la grande distribution dépend de la relation client et la confiance est un élément clé dans le cadre de la collecte et du stockage de données sensibles par les distributeurs, qu'il s'agisse d'informations de paiement ou encore d'adresses de facturation.

Au-delà de l'implémentation et de la sécurité des données, les autres obstacles majeurs diffèrent en fonction des utilisateurs actuels et potentiels. Si les utilisateurs actuels sont freinés par leur désir de comprendre les solutions de réalité mixte existantes avant d'en adopter d'autres, les utilisateurs potentiels évoquent quant à eux des préoccupations éducatives et budgétaires comme principaux obstacles. Lorsque l'on compare les obstacles entre les marchés, les limitations budgétaires sont particulièrement marquées chez les utilisateurs de la réalité mixte japonais et allemands. (Figures 3 et 4)

FIGURE 3. LES OBSTACLES À L'AUGMENTATION DE L'UTILISATION DE LA RÉALITÉ MIXTE (TOP 5)

Les 5 principaux obstacles pour les utilisateurs actuels

Incompatibilité avec les solutions logicielles existantes	25 %
Toujours en cours d'implémentation de solutions de RM actuelles	24 %
Souhait de relever les défis actuels en matière de RM	23 %
Préoccupation concernant le stockage de plus de données dans un cloud public	23 %
Problèmes de calendrier et de déploiement	20 %

FIGURE 4. LES OBSTACLES À L'UTILISATION ACTUELLE DE LA RÉALITÉ MIXTE (TOP 5)

Les 5 principaux obstacles pour les utilisateurs potentiels

Manque de formation au déploiement	32 %
Incompatibilité avec les solutions logicielles existantes	30 %
Préoccupation concernant le stockage de données dans un cloud public	26 %
Trop de défis liés à la conformité/ à la réglementation	23 %
Manque de budget	23 %



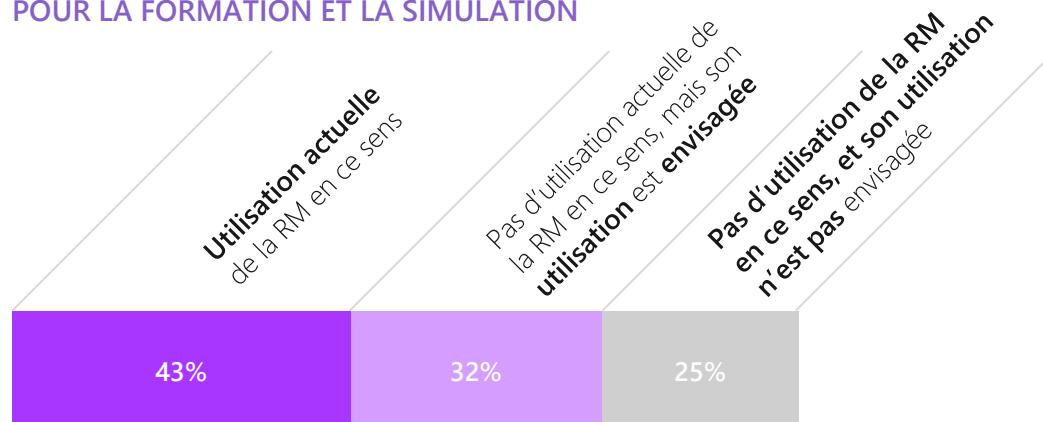
Formation et simulation

Immersion au sein de *Walgreens*

Les industries en contact direct avec la clientèle, tel le secteur de la grande distribution, exigent des employés qu'ils soient capables d'accomplir efficacement des tâches essentielles dès leur prise de poste, toutefois les mécanismes de formation traditionnels ont eu du mal à reproduire cette expérience pratique. Face à ce défi, les distributeurs ont commencé à utiliser la réalité mixte pour offrir un apprentissage et une formation pratiques aux employés. Dans ce cas d'utilisation, des simulations holographiques de scénarios réels sont créées pour éduquer et former les employés à tous les niveaux, y compris le personnel de vente, aux tâches de routine et à celles plus critiques. Près de la moitié des organisations de grande distribution interrogées utilisent actuellement la réalité mixte pour la formation et la simulation, et un autre tiers en sont des utilisatrices potentielles. (Figure 5)

Walgreens, le géant des pharmacies, est à la pointe de cette tendance. Début 2020, Walgreens était à la recherche de moyens rapides et efficaces pour former ses employés à la manipulation de plus de 2 500 nouveaux articles alimentaires dans la nouvelle section Kroger Express de ses magasins Walgreens. Avec de nouveaux produits et un agencement inhabituel du magasin, les employés devaient être formés sur plusieurs fronts, allant de l'assistance aux clients au contrôle de la qualité des articles d'épicerie. La société Walgreens s'est associée à Microsoft afin d'utiliser HoloLens 2 pour créer des modèles 3D des magasins reconfigurés et créer divers scénarios dans le but de former les employés sur plusieurs sujets, tels que le réapprovisionnement des produits, l'utilisation de coupons et les situations inhabituelles rencontrées par le service clientèle.

FIGURE 5. L'USAGE VS UTILISATION ENVISAGÉE DE LA RÉALITÉ MIXTE POUR LA FORMATION ET LA SIMULATION





Parmi les distributeurs qui utilisent actuellement la réalité mixte pour la formation et la simulation, 3 sur 5 estiment que le retour sur investissement est d'au moins 15 %, et signalent plus précisément une réduction moyenne de 16 % du temps de formation. Walgreens, en particulier, a également pu réduire ses frais de déplacement, puisque les employés reçoivent le programme complet de la formation sur leur lieu de travail et utilisent les environnements simulés sur HoloLens 2. Au-delà des gains de temps et d'argent, les employés de Walgreens qui reçoivent leur formation sur HoloLens 2 sont capables d'accomplir de nouvelles tâches avec une précision accrue et d'éliminer les erreurs potentielles. Cette amélioration est essentielle, car les organisations de grande distribution classent la réduction de l'erreur humaine comme le résultat le plus souhaitable de l'implémentation de la réalité mixte pour la formation et la simulation.

99
66

« Nous pensons que cette technologie très immersive et interactive aide les membres de l'équipe à acquérir de nouvelles façons d'apprendre, au-delà de ce que j'appellerais l'exercice sur papier. »

Steven Lamontagne
Vice-président de Physical Design and Formats
Walgreens Boots Alliance



UTILISATION D'HOLOLENS 2 POUR LA FORMATION ET LA SIMULATION



En outre, HoloLens 2 a offert à Walgreens une solution à un problème unique dans le cadre du déploiement de ses magasins Kroger Express : comment former les employés à s'orienter dans un espace qui n'existe pas encore ? Avec l'application de formation et de simulation d'HoloLens 2, les employés de Walgreens peuvent apprendre à s'orienter dans le nouveau magasin avant que la transformation physique n'ait lieu. « Grâce à HoloLens 2, les membres de notre équipe peuvent découvrir l'aspect et l'ambiance du magasin avant même sa conversion, en utilisant un modèle 3D construit chez Walgreens », explique Steven Lamontagne. « Cela leur offre plus de temps pour s'enthousiasmer, apprendre et se sentir en confiance par rapport à certains des nouveaux éléments, comme ce qu'un bon aspect veut dire quand on a affaire à un paquet de viande fraîche. »



UTILISATION D'HOLOLENS 2 POUR LA FORMATION ET LA SIMULATION



Conception, prototypage et optimisation de l'agencement

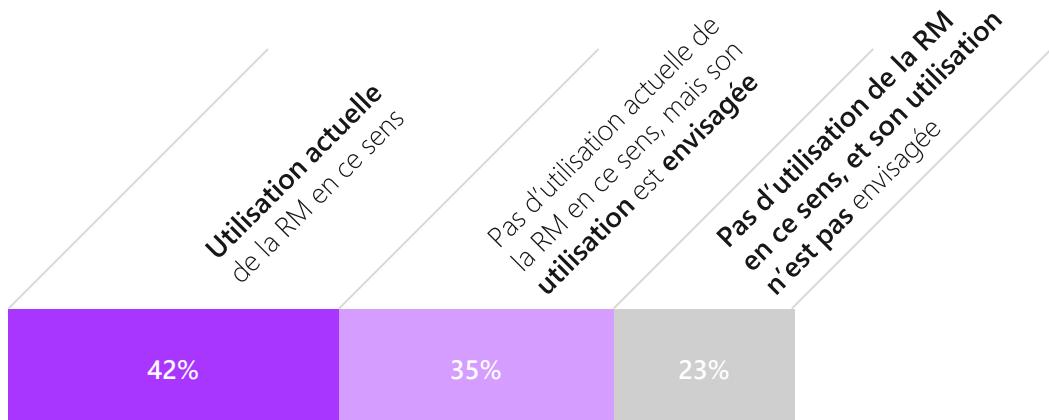
Immersion au sein de



Le secteur de la grande distribution a identifié un cas d'utilisation clé pour la réalité mixte dans la conception, le prototypage et l'optimisation de l'agencement. En donnant vie aux conceptions, les technologies de réalité mixte permettent aux équipes de se consacrer aux itérations de produits et à l'agencement en convertissant des fichiers de modélisation de conception 2D assistée par ordinateur en répliques numériques 3D de haute qualité. Plus de deux organisations de grande distribution sur cinq utilisent actuellement la réalité mixte pour la conception, le prototypage et l'optimisation de l'agencement, et presque autant envisagent d'y avoir recours à l'avenir. (**Figure 6**)

L'entreprise allemande de construction de maisons Küchen Quelle a été une pionnière en ce qui concerne ce cas d'utilisation, et a montré comment la réalité mixte peut créer de nouvelles visions révolutionnaires pour l'aménagement intérieur. Pour augmenter sa part de marché et rester pertinente, l'entreprise a cherché des moyens inédits et innovants de collaborer plus étroitement et plus efficacement avec ses clients. Elle a ainsi adopté la solution d'intérieurs conçue sur HoloLens 2, qui permet aux conseillers commerciaux et aux architectes de construire des espaces intérieurs en fonction des besoins spécifiques des clients et de collaborer au sein de ce monde immersif, en amont des décisions d'achat. Grâce aux technologies de réalité mixte, Küchen Quelle a transformé ce qui était auparavant une tâche stressante et pleine d'enjeux en une expérience agréable qui inspire confiance aux clients tout au long du processus d'achat.

FIGURE 6. L'USAGE VS UTILISATION ENVISAGÉE DE LA RÉALITÉ MIXTE POUR LA CONCEPTION, LE PROTOTYPAGE ET L'OPTIMISATION DE L'AGENCEMENT





UTILISATION D'HOLOLENS 2 POUR LA CONCEPTION, LE PROTOTYPAGE ET L'OPTIMISATION DE L'AGENCEMENT



« Nous cherchions un outil de pointe afin de rendre nos processus de conception et de vente plus efficaces et plus performants. Nous souhaitions également transformer le processus de planification et d'achat d'une nouvelle cuisine intégrée en une expérience amusante, voire joyeuse, pour nos clients. »

Andreas Rode
PDG
Küchen Quelle

La belle réussite de Küchen Quelle n'est pas une exception. Plus de deux tiers des détaillants utilisant actuellement la réalité mixte pour la conception, le prototypage et l'optimisation de l'agencement ont constaté une augmentation de 16 % en moyenne depuis l'implémentation de solutions de réalité mixte pour ce cas d'utilisation. Selon Andreas Rode, les solutions de réalité mixte ont le potentiel de faire grimper Küchen Quelle au-dessus du taux de conversion de 50 % des clients, faisant passer cette mesure de 40 % à 55-60 % en moyenne. En collaborant avec les clients sur des itérations de produits et des conceptions personnalisées, les conseillers commerciaux peuvent ainsi les aider à croire aux produits et à concrétiser un achat.



Au-delà de la conversion d'un plus grand nombre de clients en acheteurs, Küchen Quelle s'attend également à ce que le processus d'achat révolutionnaire facilité par HoloLens 2 augmente son prix de vente moyen de 20 %, ouvrant la voie à une augmentation de sa part de marché en Allemagne et à une expansion potentielle en Autriche. Le succès de Küchen Quelle pour ce qui est de l'implémentation de la réalité mixte pour le design, le prototypage et l'optimisation de l'agencement est de bon augure pour le reste du secteur de la vente au détail, qui classe l'accélération des cycles de vente et l'augmentation de la satisfaction des clients comme les deux résultats les plus souhaitables pour ce cas d'utilisation.



UTILISATION D'HOLOLENS 2 POUR LA CONCEPTION, LE PROTOTYPAGE ET L'OPTIMISATION DE L'AGENCEMENT



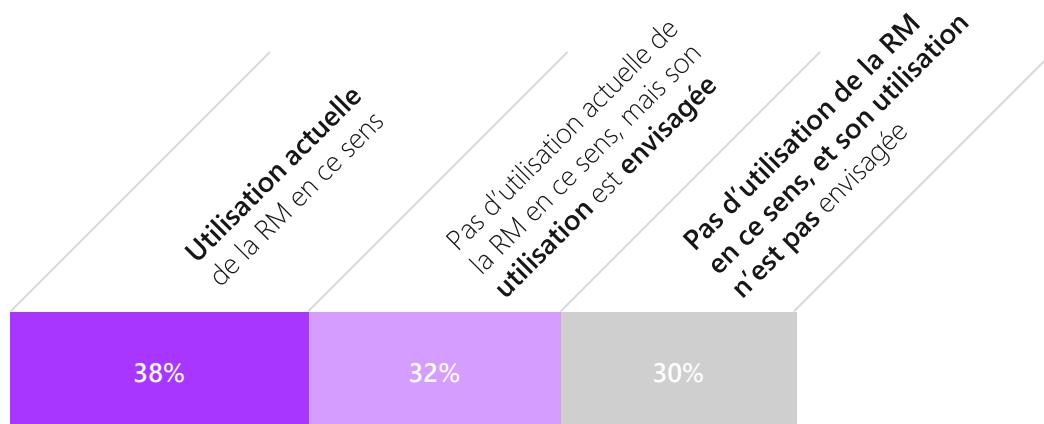
Assistance à la vente

Immersion au sein de *Salvatore Ferragamo*

En tant que membres d'une industrie dont le succès est défini en grande partie par la perception des clients, les organisations du secteur de la vente au détail implémentent des solutions de réalité mixte afin de simplifier et d'améliorer l'expérience d'achat. Tout comme la conception, le prototypage et l'optimisation de l'agencement, l'assistance à la vente en réalité mixte permet aux clients d'obtenir une démonstration en 3D de toute configuration ou personnalisation de produit pour soutenir les décisions d'achat, ce qui entraîne une meilleure collaboration entre le client final et le conseiller commercial. Près de deux organisations de vente au détail sur cinq utilisent actuellement la réalité mixte pour l'assistance à la vente. (**Figure 7**)

La marque italienne de produits de luxe Salvatore Ferragamo en est à l'avant-garde, puisqu'elle utilise HoloLens 2 dans le but de présenter une expérience de shopping interactive, guidée et personnalisée. L'excellence du service clientèle étant au cœur de ses valeurs, Ferragamo a adopté HoloLens 2 avec une solution personnalisée conçue par Hevolus pour introduire une plateforme immersive de personnalisation et d'assistance à la vente pour la collection de chaussures pour hommes Tramezza, qui peut être utilisée en magasin comme en ligne. Grâce à ce service, les clients peuvent choisir parmi un large éventail de matériaux et personnaliser les produits selon leurs préférences. Dans le même temps, ils peuvent visualiser le jumeau numérique des chaussures à l'écran et interagir avec cette reproduction en 3D. Pour les clients qui font leurs achats en ligne, le programme Tramezza Made-to-Order de Ferragamo permet à des vendeurs humains de rejoindre le client dans sa session d'achat virtuelle afin de lui proposer de l'aide sur le choix et la vente, dans un style similaire aux interactions que l'on rencontre dans les véritables magasins.

FIGURE 7. L'USAGE VS UTILISATION ENVISAGÉE DE LA RÉALITÉ MIXTE POUR L'ASSISTANCE À LA VENTE



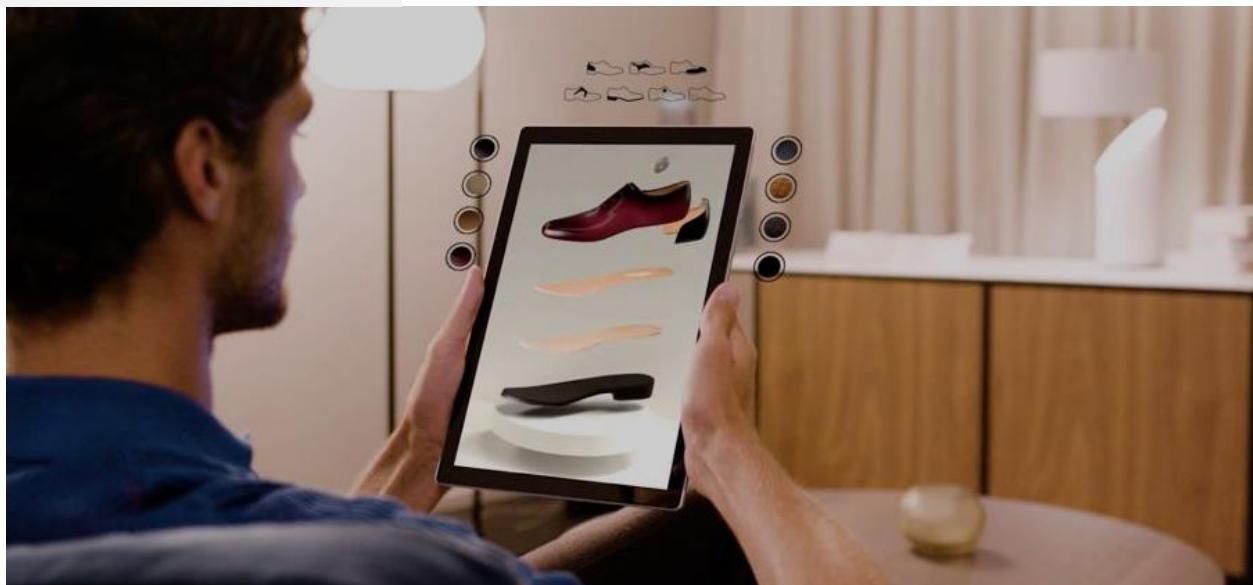


99
66

« Grâce à cette collaboration avec Microsoft et Hevolus, nous serons en mesure d'aider nos clients de manière encore plus efficace, en leur proposant des expériences personnalisées incroyablement immersives. »

Micaela le Divelec Lemmi
PDG
Salvatore Ferragamo

En ce qui concerne l'implémentation de la réalité mixte pour l'assistance à la vente, la priorité principale signalée par les organisations de grande distribution a trait à l'augmentation des ventes. En effet, après seulement quelques mois, Ferragamo constate déjà une amélioration au niveau de la conversion des ventes. La PDG de Ferragamo, Micaela le Divelec Lemmi, indique toutefois que les résultats de l'intégration de l'assistance à la vente via HoloLens 2 ont une portée beaucoup plus importante : « Le projet Tramezza - Future Of Craft fait partie de notre parcours de transformation numérique, destiné à offrir des services toujours plus innovants à nos clients et ce de manière constante. Il offre déjà des avantages significatifs dans différents domaines : de l'optimisation du parcours client dans une perspective omnicanal à une meilleure gestion de l'espace dans les magasins physiques, de la simplification des méthodes d'achat à un meilleur service clientèle, jusqu'à une augmentation des taux de conversion ». La nouvelle expérience proposée par Ferragamo devrait également accroître la fidélité des clients et aider la marque à rester pertinente, à mesure que le secteur de la mode haut de gamme se fragmente et devient de plus en plus numérique.



UTILISATION D'HOLOLENS 2 POUR L'ASSISTANCE À LA VENTE



UTILISATION D'HOLOLENS 2 POUR L'ASSISTANCE À LA VENTE

Alors que l'entreprise italienne Ferragamo est un leader évident dans l'intégration de solutions de réalité mixte pour l'aide à la vente, ce sont les distributeurs américains qui ont adopté ce cas d'utilisation avec le plus de ferveur, et ils sont plus susceptibles que leurs homologues japonais ou allemands d'être des utilisateurs actuels (46 % contre 38 % dans l'ensemble). Parmi les organisations qui n'utilisent pas encore la réalité mixte pour l'aide à la vente, un peu plus de la moitié (52 %) s'identifient comme des utilisateurs potentiels, ce qui indique que ce cas d'utilisation continuera à se propager à mesure que ses avantages deviendront de plus en plus évidents.



Dernières considérations

À mesure que les technologies immersives continuent de transformer la réalité telle que nous la connaissons, la réalité mixte s'impose non comme un simple élément de réalité virtuelle mais comme un outil commercial à part entière. Grâce à sa capacité unique à mélanger le réel et le numérique, la réalité mixte offre des solutions aussi diverses qu'innovantes, avec des cas d'utilisation allant de l'aide aux clients dans leurs décisions d'achat à l'amélioration des configurations de produits et d'agencements. Des concepts qui semblaient relever de la science-fiction il y a tout juste dix ans sont maintenant littéralement à portée de main, et les entreprises audacieuses doivent imaginer des manières créatives d'utiliser la réalité mixte pour se distinguer sur un marché numérique de plus en plus concurrentiel.

Sur l'ensemble des marchés et des industries, les avantages de l'implémentation des technologies de réalité mixte sont nombreux. Trois grands thèmes se dégagent notamment. Tout d'abord, en intégrant des éléments numériques à des espaces réels, la réalité mixte réduit les contraintes imposées par le basculement entre nos environnements physiques et nos écrans.

Deuxièmement, les solutions de réalité mixte offrent des avantages distinctifs pour l'éducation, qu'elle soit dispensée par les entreprises ou les universités, en permettant aux étudiants et aux stagiaires d'acquérir une expérience pratique en accomplissant des tâches qui, si elles étaient exécutées par des novices dans un contexte réel, pourraient s'avérer préjudiciables ou coûteuses. Enfin, la réalité mixte nous permet d'accomplir une chose autrefois impensable : être à deux endroits en même temps. Infiniment plus sophistiquées que les appels vidéo, les technologies de réalité mixte peuvent rassembler des individus qui se trouvent à plusieurs kilomètres de distance dans un même espace numérique, leur permettant d'interagir avec leur environnement mais également les uns avec les autres, comme si l'espace qui les séparait avait disparu. Cette capacité de simuler une forme de rassemblement de personnes est indispensable, en particulier dans le contexte d'une pandémie mondiale.



Objectifs de recherche détaillés et public visé

Les objectifs de la recherche incluaient :

1. La connaissance du paysage actuel de la réalité mixte, notamment en ce qui concerne son adoption, les défis rencontrés et les résultats
2. Explorer les projets actuels de réalité mixte, y compris la manière dont la réalité mixte est utilisée actuellement dans les industries clés et les témoignages clients
3. Quantifier les attentes des décideurs en matière de ROI et démontrer comment le ROI est réalisé à travers les témoignages de clients
4. La découverte des diverses possibilités d'évolution de la réalité mixte dans le futur

Pour répondre aux critères de sélection, les professionnels de la réalité mixte devaient être :

Décisionnaires commerciaux ou informatiques au sein de leur entreprise

Employés à plein temps dans une entreprise de taille intermédiaire (500 employés ou plus)

Âgés de 25 à 64 ans

Familiarisés avec la réalité mixte

Impliqués dans la prise de décision concernant les technologies de réalité mixte

En phase d'adoption ou d'évaluation des technologies de réalité mixte

Employés dans le secteur de l'industrie, de la santé ou de la grande distribution

Sur les 244 professionnels de la réalité mixte en vente au détail interrogés pour la vague de recherche d'octobre 2020 :

100 professionnels de la réalité mixte ont été interrogés aux États-Unis

71 professionnels de la réalité mixte ont été interrogés en Allemagne

73 professionnels de la réalité mixte ont été interrogés au Japon

Remarque : les recherches ont été menées pendant la pandémie de COVID-19, alors à différents stades d'intensification et de maîtrise dans le monde