



# Paplašinātās realitātes rīku izmantošana Latvijas uzņēmumu mārketinga komunikācijā

Pētījumā aplūkota paplašinātās realitātes rīku praktiskā izplatība un nepieciešamība pēc to ieviešanas mārketingā Latvijas tirgū. Paplašinātās realitātes iespējas kļuva īpaši aktuālas Covid-19 pandēmijas laikā, kad preču un pakalpojumu tirdzniecība galvenokārt notika digitālajā vidē. Paplašinātā realitāte sniedz patērētājam iespēju virtuāli pieskarties produktiem.

Pētījuma mērķis ir novērtēt paplašinātās realitātes rīku izmantošanas iespējas Latvijas uzņēmumos, balstoties uz teorētiskām atziņām par paplašinātās realitātes funkcionalitāti mārketingā un ekspertu intervijām, novērtējot paplašinātās realitātes izmantošanas tendences un nepilnības.

Lai sasniegtu pētījuma mērķi, tika veikta literatūras analīze un ekspertu intervijas. Tika aptaujāti 7 mārketinga speciālisti, kuriem ir pieredze ar paplašinātās realitātes tehnoloģiju izmantošanu. Ekspertiem tika uzdoti jautājumi, lai atklātu un izprastu paplašinātās realitātes izmantošanu mārketinga komunikācijā Latvijas tirgū.

Rezultāti: paplašinātās realitātes izmantošana mārketinga komunikācijā Latvijas tirgū ir iespējama, tomēr tās izmantošanas mērķis līdz šim visbiežāk ir pasniegt zīmola elementus un iesaistīt patērētāju nevis veicināt pirkuma veikšanu.

**Primary author:** KAIBE, Liene

**Co-author:** KELLERTE, Katrīna (LU BVEF)

**Presenter:** KAIBE, Liene