



# 3D virtuálne prehliadky sú konkurenčnou VÝHODOU

Prejsť sa po hoteli, skôr než si v ňom objednáte dovolenku, a navštíviť reštauráciu pred rezervovaním stola... To všetko sa dá! Dokonca bez toho, aby ste sa museli pohnúť z domu. Trend 3D virtuálnych prehliadok totiž prenikol aj do gastrosektora a hotelierstva. Aké majú benefity a ako dokážu zvýšiť záujem zákazníkov? Novinárka Anna Žilková a kameraman Miroslav Žilka zo [zilkaport.sk](http://zilkaport.sk) sa stali nadšencami 3D technológie, ktorá už dnes mení budúcnosť, a spoločne tvoria 3D virtuálne prehliadky pokrokovou skenovacou technológiou.

”

Táto forma prezentácie má v gastronómii svoju budúcnosť. Je vynikajúce, že sa s ňou dá virálne pracovať na sociálnych sieťach, google a youtube. Uľahčí nám to komunikáciu s klientmi pri organizácii väčších akcií či sviadieb.

Cozy Coza



**Pandémia nového koronavírusu zasiahla do všetkých oblastí života a výrazne ovplyvnila aj gastrosektor a hotelierov. Reštaurácie, kaviarne a hotely sa museli vyrovnávať s úplne novou situáciou, keďže ostali zatvorené. Hľadali sa cesty, ako doslova prežiť, ako ďalej fungovať... Aké možnosti sa otvorili?**

**Anna:** Tým, že pandémia spôsobila obmedzenia fyzických kontaktov, otvorila nové možnosti v online prostredí pre všetky odvetvia. V podstate neexistuje žiaden sektor, v ktorom by technologický pokrok v online pro-

stredí nemal vplyv na správanie zákazníka. Digitálne predajné kanály sa stali významné v bankovom sektore, ale i v realitách, v automobilovom priemysle, kultúre, gastrosektore a hotelierstve, teda aj v tých oblastiach, v ktorých pred pandémiou nehrali kľúčovú úlohu.

**Miroslav:** Napríklad, pre mnohé reštaurácie bolo objednávanie jedla prostredníctvom internetu a následné doručovanie k zákazníkovi jediným východiskom prežitia v týchto náročných časoch. Tí, ktorí dosiaľ nemali alebo zanedbávali svoju online prezentáciu, v súčasnosti sa jej už nebudú môcť vyhnúť.

**Prečo sa stal online priestor aj pre gastronómiu a hotelierstvo taký dôležitý?**

**Anna:** Dva roky sociálnej izolácie nás posadili do našich domácich bublín, zmenili sa naše potreby, očakávania a náš život akoby sa preniesol do online sveta, kto-

rý ovplyvňuje naše rozhodovanie. Predstavte si situáciu, že sa chcete dobre najesť alebo ísť niekam na dovolenku. Čo urobíte ako prvé? Vezmete do rúk telefón, tablet alebo si sadnete za notebook a začnete pátrať na internete, webových stránkach



### Reštaurácia Cozy Coza, Bratislava

„Cozy Coza sme otvárali v septembri 2021 s jasným konceptom zážitkovej fusion reštaurácie pod taktovkou špičkového šéfkuchára Anjanu Thambawitage. Je pôvodom zo Srí Lanky, varil v top reštauráciách rôznych kútov sveta, v Dubaji, Kapskom meste, Hong Kongu, Paríži a neskôr sa usadil na Slovensku a venoval sa lokálnej gastronómii pod vedením aj Jaroslava Žideka. V Cozy Coza chceme spoločne prinášať nové a hravé spojenia chuti v zmysle „Non European non

Asian“. Cozy Coza je tiež jediné miesto na Slovensku, kde môžete ochutnať tradičné jedlá zo Srí Lanky v komplexnom degustačnom menu od Anjihu. Každý deň tiež ponúkame denný curry špeciál z rôznych regiónov. Je úžasné, že 90 % jedál z našej ponuky je veľmi zdravých, bezlepkových a bezlaktózových, čo vyplýva už prirodzene zo štýlu kuchyne a Anjanovej filozofie. Politicko-pandemická situácia, ktorá ovplyvňuje gastro, sa, dúfame, stabilizuje, a budeme môcť v budovaní nášho mena a brandu pokračovať už bez ďalších obmedzení,“ hovorí majiteľka reštaurácie Kristína Lučeničová.





Koncept 3D virtuálnych prehliadok má pomôcť reštauráciám a hotelom k novej forme prezentácie v online prostredí, ktorý sa stal dominantným aj v gastrosektore. Je to nová forma oslovenia zákazníkov a interakcie s nimi, keďže virtuálna prehliadka prezentuje priestory zážitkovou formou, komunikuje atraktívne so zákazníkmi, priamo z prehliadky si môže návštevník prelínkami objednať, vybrať a rezervovať stôl či prezrieť fotografie jedál.

či sociálnych sieťach. Hľadáte reštauráciu, ktorá sa nachádza neďaleko vás, začnete čítať recenzie jej zákazníkov, prezerať si ponuky z menu, fotografie jedál, priestory, v prípade hotela vyberáte izby, prezeráte si interiér. To všetko sa deje v online prostredí. **Miroslav:** Preto je dnes už nevyhnutná aj prezentácia gastrosektora a hotelov vo virtuálnom svete, ktorý má významný vplyv na rozhodovanie potenciálnych zákazníkov. Digitalizácia firiem sa stala kľúčovou konkurenčnou výhodou. Nakoniec aj pandémia ukázala, že prežili viac-menej tí, ktorí stavili na predajný a prezentačný priestor práve na internete.

**Internet je však nekonečný priestor, v ktorom sú stovky, tisícky firiem. Spomínali ste, že digitalizácia je dnes konkurenčnou výhodou. Kam sa posunula prezentácia v online priestore v súvislosti s novými technológiami?**

**Anna:** Prostredníctvom internetu môžu byť zákazníci neustále v kontakte so svojimi obľúbenými podnikmi a dôležité je, aby v tomto nekonečnom priestore firmy vynikli, odlišili sa, boli výnimočné. Webová stránka reštaurácie či hotela, alebo akejkoľvek spoločnosti dnes už musí zákazníka zaujať na prvé kliknutie. Tým, že sme akoby ostali pripútaní k obrazovkám svojich telefónov či tabletov, stali sme sa náročnejšími na vizuálny koncept. **Miroslav:** Každá kríza vedie k novým výzvam a neistota nás núti premýšľať nad novými nápadmi. Kým dosiaľ bola prezentácia v online prostredí možná

len vďaka fotografiám a videám, dnes už vďaka pokročilejšej technológii dokážeme doslova preniesť priestory prevádzok, kaviarní, hotelov, múzeí či galérií, vlastne akýchkoľvek budov na webstránky či sociálne siete vďaka trojrozmerným virtuálnym prehliadkam. 3D virtuálne prehliadky sú dnes novým a technologicky najpok-

rokovším nástrojom marketingu v čase enormného vzostupu online podnikania.

**Čo si máme predstaviť pod 3D virtuálnou prehliadkou konkrétne pre reštauráciu alebo hotel a ako môže ovplyvniť správanie zákazníka?**

**Anna:** To, čo sa zdalo pred pár rokmi ako nemožné, je dnes už realitou. Skúste si predstaviť, že sa môžete prechádzať na mieste, kde nemusíte fyzicky byť. Pohľadom blúdiť po miestnosti, budove, otáčať sa, skláňať sa, podísať bližšie, vzdialiť sa, cítiť a vnímať farby, tvary, mať na dotyk veci, ktoré sú od vás kilometre vzdialené. Pripomína vám to scénu z nejakého sci-fi filmu? Tak takto funguje 3D virtuálna prehliadka. **Miroslav:** Pre zákazníka to znamená, že sa len za pomoci počítačovej myši alebo prsta na

„  
Tí, ktorí dosiaľ nemali alebo zanedbávali svoju online prezentáciu, sa jej už v súčasnosti nebudú môcť vyhnúť.

Anna Žilková





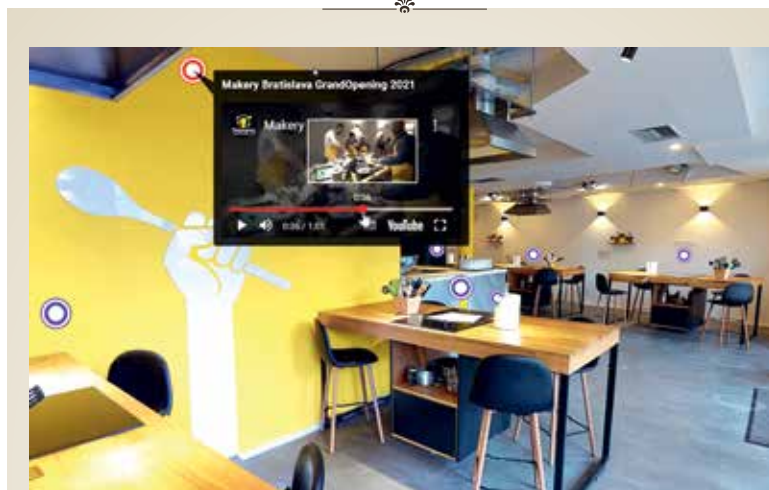
káže vytvoriť emócie, ktoré sú potom rozhodujúce pri výbere. Táto nová technológia priniesla to, po čom súčasný zákazník túži – emóciu, pohľad do zákulisia, komunikáciu, inovatívny a pútavý obsah v online prostredí.

**Je táto technológia náročná na používanie a je užívateľsky dostupná?**

**Miroslav:** Nová technológia 3D virtuálnych prehliadok, realizovaná skenovacím systémom Matterport, k nám prišla zo zahraničia. Samozrejme, už aj predtým boli jednoduchšie virtuálne prehliadky, ktoré sa realizovali a stále realizujú pomocou 360° fotografií. Moderná skenovacia technológia však ponúka vďaka svojim funkciám plynulý pohyb v prehliadke, vysoké rozlíšenie, teda dokonalý reálny obraz pre návštevníka. V jednoduchších prehliadkach sa môže stať, že

sa napríklad stratíte a neviete, kde sa nachádzate. Vďaka 3D modelu a pôdorysu vytvoreného touto skenovacou technológiou získate prehľad o celkovom objekte a jeho detailnom rozložení priestoru, miestností, poschodí. Jediný pohľad poskytne používateľovi ešte zreteľnejší pocit z priestoru a veľkosti, aký 2D fotografie ani videá nemajú. A na to všetko stačí len internet a počítač, tablet či smartfón.

**Anna:** Pre atraktivnosť tejto technológie môžem spomenúť, že je ňou skenovaná časť pyramídy v egyptskej Sakkáre, ktorá je považovaná za najstaršiu pyramídu, Oxfordské múzeum prírodných vied, knižnica na Oxfordskej univerzite z roku 1686, ale aj napríklad hotelové komplexy od Ibizy cez Atlantik. Veľmi nás teší, že už aj u nás záujem o túto formu prezentácie narastá v rôznych oblastiach.



## Reštaurácia NAOPAK: Makery WORLD

*Bratislava*

„Hlavnou ingredienciou úspechu reštaurácie Makery je kreatívny spoločenský zážitok. Každý si tu hravo môže pripraviť jedlo podľa vlastného výberu so svojím partnerom, rodinou, priateľmi alebo kolegami. Jedlá môže pripraviť každý z prichystaných surovín s pomocou videonávodu na tablete, ktorý profesionálom

aj amatérom poskytne zážitok spoločného tvorenia. Koncept reštaurácie je založený na tom, že prídete, objednáte si z jedálneho lístka, nečakáte na jedlo, ale varíte si ho spolu so svojimi priateľmi. Vychutnáte si jedlo, ktoré ste si sami pripravili, a odídete nasýtení a obohatení o parádny zážitok. Takéto reštaurácie fungujú vo Viedni, v Budapešti a som rada, že už aj v Bratislave,“ hovorí majiteľka reštaurácie Nikol Rapčová.

**Má virtuálna prehliadka nejaké špecifické funkcie, ktoré môžu využiť reštaurácie či hotelové komplexy?**

**Anna:** Aj virtuálne prehliadky sa technologicky vyvíjajú a zdokonaľujú sa ich funkcie. Už to nemusí byť len virtuálna prehliadka, ktorou sa prechádzate. Vďaka našim mediálnym skúsenostiam a unikátnym technologickým funkciám vytvárame z prehliadky multimediálne dielo. Implementujeme do prehliadky prezentačné videá, textové

formáty, fotografie, prepájame prehliadku na iné podporné webové stránky. Navyše prehliadka je živý organizmus, s ktorým sa dá v čase pracovať, dopĺňať, meniť. **Miroslav:** Pri prechádzaní sa virtuálnou reštauráciou návštevník môže kliknúť na zobrazený farebný bod, v ktorom sa spustí prezentačné video o reštaurácii alebo video z prípravy špeciality šéfkuchára. Okrem videí sa môže prehliadka prepájať s rezervačným systémom reštaurácií či ho-



*Prehliadka je skvelo interaktívna. Návštevník si v nej môže pozrieť aktuálnu ponuku, menu či akcie. Túto službu vnímame ako ďalšiu zaujímavú možnosť prezentovania sa.*

**Makery World**



## Kto sú

### Žilkovci

Anna Žilková a Miroslav Žilka zo zilkaport.sk sú mediálni pracovníci s dlhoročnými skúsenosťami v televízii, v printe a v online priestore. Sú nadšencami 3D technológie, ktorá už dnes mení budúcnosť. Tvoria nové projekty s možnosťou využitia 3D prehliadok, hľadajú nové cesty a nové spôsoby, kam posunúť virtuálne prehliadky v gastrosektore, hotelierstve, kultúre, umení, školstve či v medicíne.



*Pomocou počítačovej myši alebo prsta na smartfóne dokážete prejsť reštauráciou, hotelom či kaviarňou, ako by ste sa v nich reálne nachádzali.*

Miroslav Žilka

telov, čo znamená, že návštevník si vyberie stôl alebo prezrie si izbu v hoteli a jedným kliknutím sa presunie do rezervačného systému spoločnosti. Do prehliadky sa môžu vkladať fotografie jedál či menu reštaurácie, textové informácie a tiež aj prelinkovania na iné webové stránky.

**Jedna vec je mať atraktívnu webovú stránku, napríklad aj s takouto virtuálnou prehliadkou, ale vie takáto prehliadka pomôcť aj k zvýšeniu jej návštevnosti?**

**Anna:** Táto prehliadka v sebe zahŕňa dva produkty. Reprezentatívnu 3D virtuálnu prehliadku systémom Matterport, ktorá dokáže zaujať a osloviť, ale zároveň je možné ju transformovať na technologicky jednoduchšiu Google prehliadku a umiestniť ju na Google Street View.

**Miroslav:** Konkrétne pre gastroprevádzky a hotely to znamená,



že získajú podporu Google vyhľadávania, keďže použitie prehliadky v mapách zvyšuje vyhľadateľnosť. Výhodou je tiež ľahká dohľadateľnosť, keďže objekt je umiestnený v Google mapách.

**Dokáže použitie novej technológie 3D virtuálnych prehliadok na webovej stránke či na sociálnych sieťach zmeniť povedomie o značke v očiach súčasného náročného zákazníka a byť nástrojom na jeho oslovenie? Aká je vlastne dôležitá vizuálna identita v online prostredí prezentácie a predaja?**

**Anna:** Najlepšie to ukážu prognózy. Podľa odhadov uskutočnia

spotrebitelia do roku 2040 až 95 % nákupov online. Pandémia výrazne zvýšila internetový nákup, návštevnosť webových stránok, sociálnych sietí a zaujímavosťou je, že výrazne stúpa aj nárast používateľov internetu nad 60 rokov a tiež sa zvyšuje náš čas strávený na internete. Teda prechod na online prezentáciu a budovanie značky v online prostredí je nepochybne krokom, ktorý bude musieť v krátkom čase urobiť každý, kto chce obstáť v konkurencii.

**Miroslav:** V digitálnej konkurencii každý prvok vizuálnej identity vplyva na to, ako je vnímaná na trhu vaša značka. Pri vizuálnej prezentácii priestorov hotela,

kaviarní a reštaurácií, jedál, nápojov či atmosféry sa priamo cieľi na emócie zákazníka, vizuálne atraktívne príspevky potom zdieľajú a komentujú používatelia, čím sa zvyšuje organický dosah, vizuálny koncept je pre nás ľahšie zapamätateľný. Ak sa zákazník rozhodne pre návštevu reštaurácie či výber hotela, bude si vyberať z toho, čo mu najviac utkvelo v pamäti. Vo virtuálnej prehliadke sa na jednom mieste spája vizualizácia so zapamätateľnosťou, s dostupnosťou a emóciami. Som presvedčený, že nová technológia 3D virtuálnych prehliadok je vhodným predajným artiklom v online prostredí.

