



# El Metaverso de Vodafone

Marta de Pablos

# ¿Cómo aprovechar la oportunidad de la realidad extendida?

14M

Unidades vendidas de gafas VR  
previstas en todo el mundo en 2024

80%

De la vida y actividades cotidianas de la  
GEN Z ya dependen de la tecnología

21M

De dólares en beneficios en AR móvil  
de consumo y empresarial en 2024

70%

De los clientes esperan utilizar AR/VR  
mientras compran

35B

De dólares, es en lo que se estima el  
mercado de software de VR/AR en  
2024

800B

De dólares es el tamaño previsto del  
mercado del metaverso en 2024



# El primer paso es segmentar para entender quién es el cliente

Actitud hacia el consumo, la tecnología y los conocimientos de AR y VR.

Disengaged



Detractors

Family engaged



Padres > 35

- Suelen tener gran variedad de servicios Telco en casa
- Los servicios de entretenimiento digital se enfocan en momentos familiares

Digital Native



Jóvenes < 25

- Viven con sus padres y valoran tener acceso a la última tecnología
- Comparten las experiencias con sus amigos

Content Lovers



Jóvenes 25 - 35

- Tienen acceso a un gran número de contenidos
- Su principal interés son los contenidos relacionados con sus hobbies (viajes, cine, etc)



# Y después profundizar en los insights clave para cada uno de los segmentos

## Principales barreras

### Desconocimiento



Muchos dispositivos pero poco conocimiento

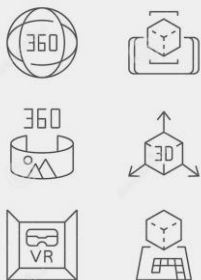
### Ergonomía



Los dispositivos aún no tienen la ergonomía adecuada

### Heterogeneidad

Cada tecnología se usa en un entorno diferente y no hay homogeneidad



## Principales oportunidades

### Contenido Snackable



Contenido entretenido y rápido de consumir

### Realismo



Basado en los 5 sentidos y en la simulación de movimiento

### Sociabilidad



Necesidad de compartirlo con familiares o amigos

### Exploración



Curiosidad por descubrir qué hay en el entorno



# La cocreación con clientes es una herramienta muy potente para asegurar la experiencia de cliente

## PROTOTYPING



¿Puedo acceder al contenido sin gafas?

¿Cuánto me puedo mover?

¿Me chocaré con las paredes?

¿Es posible jugar con amigos?

¿Existe un modo privado?

¿Cómo busco los contenidos?

¿El avatar es personalizable?

¿Puedo tener clases de manera remota?

¿Se puede probar de forma gratuita?



# Resultado: la experiencia de cliente en Vodafone 5G Reality



**Viajes:** la experiencia comienza en una puerta de embarque de un aeropuerto, donde el cliente elige qué destino quiere visitar.



**Aventura:** En una cueva fantástica y enigmática el cliente encuentra una puerta que le invita a descubrir aventuras.



**Cine:** Una sala con una pantalla enorme de cine y un sofá central para que el cliente disfrute de la película que le apetezca ver y la comente en tiempo real con sus familiares y amigos.





# Resultado: la experiencia de cliente en Vodafone 5G Reality



**Conciertos:** un hall de conciertos y eventos donde asistir a espectáculos en tiempo real acompañado de familiares y amigos.



**Gaming:** una sala de juegos estilo retro con diferentes estaciones para seleccionar experiencias gamificadas y juegos.



**Relax:** un desierto en calma en el que el cliente se encontrará rodeado de planetas para comenzar a vivir experiencias relajantes.









Imagina la primera plataforma para vivir el Metaverso

1

ENTENDER LA CLUSTERIZACIÓN DE CLIENTES SEGÚN SU ACTITUD HACIA EL METAVERSO

2

EXTRAER Y ENTENDER LOS INSIGHTS CLAVE DE LOS CLIENTES PARA DISEÑAR EL FUTURO DEL METAVERSO

3

COCREAR EL CUSTOMER JOURNEY CON CLIENTES PARA ASEGURAR LA EXPERIENCIA DE PRINCIPIO A FIN



