

Metaverse marketing

Avec les avancées qu'a connues la technologie, les scientifiques sont parvenus à créer un monde virtuel appelé metaverse parallèle au monde physique accessible via un casque.

Le but de ce concept existant à travers plusieurs technologies est de reproduire les habitudes de votre vie quotidienne physique.

Avec votre avatar, il vous sera possible d'interagir avec des objets, de socialiser, assister à des réunions et bien d'autres choses. Que pouvez-vous avoir sur le metaverse marketing ? La lecture complète de cet article vous permettra d'avoir une multitude d'informations sur le [metaverse marketing](#). Focus !

Metaverse marketing : quoi comprendre ?

À l'origine, le [metaverse](#) était juste un monde virtuel connecté à internet qui permettait à ses utilisateurs de voyager dans des univers fictifs et d'échanger entre eux. Ces derniers prennent par ce canal pour partager plusieurs choses.

Cependant, avec les innombrables progrès connus par les différentes technologies entrant en jeu pour son existence, il convient de souligner que ce concept a également en ce qui le concerne connu une évolution remarquable. Aujourd'hui, ce concept est devenu un monde virtuel parallèle à celui physique.

Ceci étant, l'objectif du concept qui se résumait uniquement aux échanges et à de simples échanges connaît également des progrès. L'objectif aujourd'hui est de reproduire un monde virtuel au sein duquel vous aurez la possibilité de mener votre vie quotidienne.

Vous pouvez par exemple avec le metaverse socialiser, magasiner, suivre de formations, faire la promotion de vos produits.

Comme vous l'aurez compris de son objectif actuel, le metaverse s'investit afin de permettre à tous de pouvoir y exercer leur activité respective. En effet, vous avez la possibilité d'interagir avec des objets, des espaces ou encore avec d'autres personnes. Le principal but de ce concept est donc de permettre à tous de rester chez soi et mener son activité ou même sa distraction.

Vous avez la possibilité de visiter via le metaverse un site web sur internet. Le metaverse est en perpétuelle évolution tout comme le monde qu'il reflète.



À quoi sert le metaverse ?

Le metaverse a plusieurs utilités que ce soit pour les marques ou pour les particuliers. Il s'agit d'un outil pouvant succéder au web. Avec le metaverse, vous avez la possibilité de mettre en ligne vos magasins et de toucher des utilisateurs à travers le monde. Il va sans dire que cela supprime systématiquement les frontières géographiques pour les ventes potentielles.

Eh oui, vous pouvez naturellement essayer des articles numériques. Le metaverse produit la même diversité d'opportunités tout comme le web à la différence du monde virtuel. Il est susceptible de changer la manière dont les ressources sont réparties et se monétisent.

Ceci dit, la possibilité est offerte aux entreprises de créer de nouveaux magasins proposant des offres numériques. Toutes ces opérations peuvent être liées avec un portefeuille numérique vous permettant de faire vos achats.



Quelques marques metaverse trouvables sur le marché numérique

Bien que le metaverse et les articles numériques soient un concept récent, une panoplie des grandes marques se sont déjà investies dans ce monde numérique. Ces marques commercialisent leurs produits sous forme numérique ce qui facilite la tâche aux clients en raison du fait qu'ils ont la possibilité de l'essayer. Il sera présenté ici juste une partie de ces marques.

Nike & Zara

La toute première marque qui vend ses articles sous forme numérique est Nike. Une marque de fitness populaire qui se concentre sur le plaisir ainsi que sur la compétition. Au nombre des projets de metaverse les plus diversifiés et importants de cette marque se retrouve dans le système Roblox.

Dans le monde réel, Nikeland a été conçu afin de permettre à certaines personnes de pouvoir intégrer le sport et le jeu dans leur vie quotidienne. Cela a été soigneusement reproduit sur le metaverse comme une marque.

En dehors de cela, les utilisateurs peuvent se procurer les articles Nike numérisés. Il peut par exemple s'agir de vêtements ou même de chaussures.

Pour ce qui est de la marque Zara, il s'agit d'un projet collectif de mode sud-coréen Ader Error et l'application Zepeto cherchant à identifier la nouvelle génération. Ladite génération aura à disposition des vêtements et maquillages virtuels ainsi que des avatars qu'elle pourra

personnaliser sur Zepeto. Il va donc sans dire que Zara songe adopter une approche novatrice à travers le metaverse.

Comme alternative efficace et efficiente, Zara vous permet de faire passer votre expérience d'achat du monde réel dans le monde numérique.

Les articles de Zara s'étendent alors à la fois aux biens physiques et numériques. Zara vous permet d'avoir accès sur le metaverse certains modèles d'article. Par exemple, retrouvez sur Zara Mica Arganaraz.

Gucci & Adidas

Outre les marques suscitées, vous avez également la marque Gucci qui fait partie des marques les plus populaires au monde. Il n'y a rien de surprenant à voir un partenariat entre cette marque populaire et Roblox un jeu et plate-forme metaverse donner quelque chose de très intéressant. Le constat a été fait lorsque Gucci a créé une exposition de jardin hébergée par Roblox.

Cette expérience a mis en valeur l'impact du metaverse sur votre expérience d'achat. Il est généralement constaté que les articles Gucci sont disponibles uniquement dans certaines périodes. Ce qui montre que les produits de Gucci sont des perles rares de valeur très exceptionnelles. En période de pénurie, certains utilisateurs mettent en vente les produits qu'ils avaient payés un peu plus cher.

Reconnue de par le monde pour ses équipements de sport, la prestigieuse marque Adidas est comprise parmi les marques influentes de metaverse.

Adidas ces marques influentes découle de quelque chose connue sous l'appellation de jetons non fongibles (NFT). Le terme NFT fait plus souvent allusion aux images en ligne. Étant donné que le metaverse aussi fait usage des illustrations numériques, il est tout à fait raisonnable de prendre ces derniers pour des NFT.

Il s'agit là de la technique employée par Adidas pour la commercialisation de ses articles que ce soit dans des magasins physiques ou numériques.

Adidas a donc créé au sein du metaverse une compagnie NFT puis s'est associée avec certaines marques NFT.

Stella Artois & Atari

Au nombre des plus grandes marques de la plus grande brasserie au monde l'on retrouve Stella Artois. Stella Artois a tout récemment décidé d'aller loin dans ses relations avec la course pour laquelle elle est depuis des années une sponsor. Stella Artois constitue l'un des tout premiers sponsors sportifs du metaverse.

Cette marque travaille en collaboration avec Virtually Human Studio possédant une plateforme unique du nom de Zed Run. Au cours des événements de Zed Run sur le metaverse, non seulement les spectateurs suivent les courses en 3D, mais ils ont également la possibilité d'acheter des chevaux qui seront utilisés pour les courses.

Sur le metaverse, Atari a été l'une des toutes premières entreprises ayant intégré les jeux de maison. Après avoir mis en place une collaboration avec The Fabricant et Enjin, ladite marque est parvenue à mettre en place une ligne de mode haute couture s'inscrivant dans le domaine du numérique. Ce qui fait leur spécificité est qu'une bonne partie de leur attrait ne se retrouve que dans le domaine numérique. Afin d'en profiter, il faudra vous rendre sur la plateforme de la marque sur le metaverse. Leur travail étant alimenté par la technologie Enjin, les articles sont de ce fait compatibles avec n'importe quelle plateforme Enjin. Comprenez juste de là que toutes les marchandises de Atari sont susceptibles d'être stockées dans le sac à dos numérique de Enjin Wallet.

Vans & Balenciaga

Vous êtes en la présence ici d'une marque qui fait partie des premières marques influentes de sport d'action. Vans est de nos jours l'une des marques de metaverse les plus populaires. Cette marque a effectué le lancement de "Monde Vans" une expérience interactive hébergée par Roblox. Cette expérience créée par Vans donne la main aux utilisateurs d'essayer les différentes offres de la marque. Il va sans dire que les chaussures Vans sont le plus souvent appréciées par les skateurs. Avec leurs disponibilités en magasin, les utilisateurs retrouveront sur metaverse Vans les éléments individuels pouvant ressembler sur eux. Ces utilisateurs auront également à avoir plus de détails sur le mode de vie que reflète Vans.

Connue de par le monde, la marque française Balenciaga met à la disposition des utilisateurs des offres non seulement esthétiques, mais presque surnaturelles. À voir son importance sur le marché de la mode, il n'y aurait rien d'étonnant à la voir parmi les grandes marques metaverse en collaboration avec le grand jeu Fortnite. Cette collaboration prend en compte la décoration d'un certain nombre de personnages. Vous retrouverez dans leur magasin des ensembles adaptés comprenant un sweat. Les utilisateurs ont également la possibilité de prendre des pièces dans un magasin numérique de la marque hébergé par Fortnite. Vous y retrouverez également bien d'autres articles très importants de bonne qualité.

Le marketing dans le metaverse

Étant donné que le concept du metaverse est en perpétuelle évolution, les experts du marketing numérique doivent œuvrer en sorte de suivre son évolution. Ces derniers vont devoir s'adapter à cette évolution. Ils doivent alors chercher à savoir les politiques susceptibles de capter l'attention des générations. Les spécialistes devront savoir que le metaverse n'est pas une nouveauté à la mode qui sera du jour au lendemain démodée. À voir l'ampleur qu'il prend, il semblerait qu'il constitue le futur grand phénomène que connaîtra le monde.

Caractéristiques du metaverse

Le metaverse est caractérisé par plusieurs éléments qui déterminent son essence. En effet, le metaverse est toujours actif, ce qui veut dire que les univers ne s'arrêtent pas lorsque

vous décidez de quitter. Le metaverse existe en temps réel, ce qui signifie que le metaverse à une chronologie identique à celle du monde physique ou réel. Mis à part ces caractéristiques, le metaverse est également caractérisé par une interaction individuelle, cela stipule que les utilisateurs peuvent faire différentes activités en même temps.



En dehors de ces caractéristiques, le metaverse est aussi autonome et fonctionnel. Ceci dit, le metaverse est un univers entièrement fonctionnel qui donne la possibilité à ses usagers de créer, de posséder, de vendre.

Le savez-vous ? Vous avez la possibilité de bénéficier des récompenses de la part du metaverse pour votre dévotion et pour avoir accompli une tâche importante au sein du metaverse.

Comme vous l'aurez certainement constaté, le metaverse comporte un mélange de plateformes. Le tout dernier caractéristique est que les contenus peuvent être générés par les utilisateurs. Ceci dit, les espaces metaverse ne sont que de simples espaces fictifs. Les usagers ont la possibilité de créer du contenu que d'autres utilisateurs peuvent consommer.

Quelques aubaines du metaverse

Les avantages qui résident dans le metaverse sont multiples et se retrouvent dans plusieurs domaines. D'abord, vous avez le domaine éducatif où la possibilité est offerte aux établissements de dispenser des cours plus dynamiques et plus instructifs. Les apprenants n'auront plus de mal à assimiler les concepts qu'ils auront à visualiser en 3D. Le metaverse changera sans équivoque le concept de home office.

Ceci parce que vous pourriez accéder à des bureaux et tenir des réunions dans des espaces virtuels. Là, il sera possible d'interagir au sein d'un espace virtuel. Dans le domaine médical, les rendez-vous virtuels présentent plus de simplicité pour vous que les rendez-vous physiques. Il va de soi que les patients seront mieux examinés dans un

environnement virtuel que celui réel. En ce qui concerne les jeux, vous pouvez jouer à des jeux avec d'autres joueurs de par le monde.



Mis à part ces aubaines, le metaverse vous permet également de personnaliser vos opérations d'achats et de ventes et rend l'expérience du client meilleur. De plus, il permet compatible avec différents formats numériques.

L'un de ses principaux avantages est le fait qu'il permet de créer plus facilement des communautés connectées, quelle que soit la distance. Le metaverse est une solution écologique dans la mesure où il permet de réduire la pollution.

En effet, vous aurez à mener vos activités à distance, ce qui va certainement réduire la consommation de certaines ressources non durables comme les transports.

Les principaux metaverse

Il existe une variété de metaverse qui de nos jours influence le monde numérique. Parmi ces metaverse, il en existe quelques-uns qui sont qualifiés de principaux. Il s'agit de Decentraland, The Sandbox et de Roblox.

Decentraland

Il est ici question d'un monde numérique qui a été conçu en 2015. Cela fut l'œuvre de Ariel Meilich et Esteban Ordano tous des Argentins. Après sa création, ce n'est qu'en 2017 qu'il a finalement été présenté aux investisseurs crypto. Decentraland attendra environ trois ans avant d'être ouvert aux publics en 2020.

Les utilisateurs de Decentraland disposent d'une large marge de manœuvre en ce qui concerne l'organisation de leurs parcelles.

Ces derniers sont donc libres de gérer comme bon leur semble leurs domaines. Chacun pourra alors gérer la parcelle qu'il possède à sa guise. Quels que soient vos désirs, il n'y aura ni à l'intérieur ni à l'extérieur de facteurs vous imposant la gestion à faire de votre parcelle.

Decentraland repose essentiellement sur 2 formes de tokens. Il s'agit dans un premier temps du Mana qui est généralement utilisé pour les achats d'objets, la personnalisation des avatars.

Ce token est également utilisé pour l'acquisition de certains accessoires comme les colliers, les chapeaux, les boucles d'oreilles et bien d'autres bijoux. Dans un second temps, il s'agit du Land qui est utilisé pour l'acquisition de parcelles. Dès que vous payez votre parcelle, vous avez donc la possibilité d'y construire ce que vous voulez et de le décorer à votre guise.

Au sein du Decentraland se trouvent des quartiers qui regroupent des activités de nature similaire. Vous aurez par exemple des quartiers de jeux de hasard, le quartier chinois, le quartier de la Fashion street, celui des établissements supérieurs et plusieurs autres quartiers.

The Sandbox

Pour ce qui est de "The Sandbox", retenez qu'il s'agit d'un monde virtuel en 3D qui se différencie des autres mondes à travers son niveau de décors très impressionnant. Avec The Sandbox, allez à la découverte d'un univers partagé offrant une panoplie de possibilités en perpétuelle évolution.

Vous y trouverez une map donnant accès aux territoires The Sandbox. The Sandbox est en réalité la résultante d'un projet très ancien. En effet, le jeu The Sandbox Évolution a fait son apparition sur iOS en 2012.

Le jeu permettait aux utilisateurs de créer un espace virtuel. Avec ses offres, il parvient à être nommé comme le jeu l'année par Apple.

Ce n'est qu'en 2013 que la version Android de ce jeu apparaît. Une version qui a rapidement connu une évolution considérable. Elle compte aujourd'hui environ 40 millions d'utilisateurs.

Roblox

À parler des plateformes proposant des jeux, vous avez Roblox qui est un système de création de milliers de jeux.

Roblox a affirmé qu'il disposerait 40 millions de jeux différents. Ce qui a particulièrement fait de Roblox une référence est le confinement de 2020.

Le fait est qu'au cours de cette période, Roblox a permis aux enfants d'intégrer et de jouer aux jeux.

En fin d'année 2019, les jeux comptaient 113 millions d'utilisateurs, mais après la période de confinement, il y a eu une hausse considérable du nombre d'utilisateurs. Cette hausse est due à l'intégration de milliers d'enfants.

La majeure partie de ces jeunes joueurs sont des adolescents de moins de 15 ans. À en croire les statistiques, au moins 3 enfants américains sur 4 jouent à Roblox. Ce qui pousse à assimiler Roblox à un metaverse est qu'il intègre une panoplie de jeux et connaît une affluence remarquable.

Impact du metaverse sur le marketing

Il va sans dire que l'arrivée d'un nouvel outil de pointe comme le metaverse influencera nécessairement le marketing. Le metaverse constitue une nouvelle ère pour le marketing numérique.

Impact sur les médias sociaux

Il n'est plus à démontrer que les utilisateurs des divers médias sociaux sont de nos jours limités à leurs écrans.

Ces derniers n'ont pas la possibilité d'interagir avec les objets ou encore dans l'espace.

Par ailleurs, une plateforme sociale basée sur le metaverse va sans doute permettre aux utilisateurs d'avoir des expériences immersives en suscitant chez eux une sensation de réalité.

Avec les innombrables technologies qui entrent en jeu pour son effectivité, le metaverse a tout ce qu'il faut pour mettre en place une communauté virtuelle autonome sur les médias sociaux.

Avec le metaverse, vous avez la possibilité d'échanger avec votre correspondant dans la même pièce bien que ce dernier soit à des km de vous.

Impact sur le référencement SEO

Le principal objectif de tous les détenteurs de sites est de pouvoir promouvoir leur plateforme.

Ce qui les pousse à chercher à optimiser leur contenu afin d'avoir une bonne place dans la page de résultat.

Pour ce faire, les professionnels du marketing numérique s'investissent pour pouvoir mettre en place des stratégies de référencement susceptibles d'amener les moteurs de recherche à vite trouver votre contenu et l'afficher sur la page de résultat.

Dans les années à venir, l'objectif sera axé sur comment être trouvé dans le metaverse.

Impact sur la communication

Suite à la survenue de la pandémie de covid19, la majorité des entreprises se sont retournées vers les technologies numériques. Les communications en ligne sont alors devenues une référence pour ces entreprises.

L'unique moyen trouvé par ces dernières pour pouvoir maintenir leur activité est le télétravail.

Outre les entreprises, les établissements d'enseignement ont été eux aussi obligés d'utiliser des technologies leur permettant de dispenser les enseignements à distance.

La survenue de cette pandémie a rendu plusieurs plateformes populaires. Le constat fait est que ces plateformes n'offrent pas aux utilisateurs une expérience rassurante. Il est donc préférable d'opter pour les plateformes basées sur le metaverse, car elles vous offrent une interaction en face à face.

Impact sur l'expérience client

Que ce soit un produit ou un service que vous commercialisez, la meilleure façon pour vous de toucher plus de monde serait d'opter pour le metaverse. Vous n'aurez qu'à prendre par un pop-up virtuel pour la publicité de vos produits ou services.

Contrairement aux boutiques physiques éphémères, le metaverse vous sera d'une grande utilité pour l'atteinte de vos objectifs.

À l'inverse d'internet qui a pris trois décennies pour être à ce stade aujourd'hui, le metaverse quant à lui est sur le point de connaître un essor considérable avec des technologies de pointe. Quel que soit votre projet, les professionnels du metaverse sauront vous assister dans l'accomplissement de vos objectifs.

Vous trouverez ici une infographie montrant l'importance du metaverse marketing dans notre monde de communication actuel.

Voir une infographie ci-dessous :

Les tendances clés du metaverse



TENDANCES

800 Mds \$

de chiffres d'affaires estimés
pour le metaverse d'ici 2024

32,8 M

de livraisons d'équipement
de VR et d'AR d'ici 2024

60%

de la Gen Z voudraient explorer des
mondes virtuels créés par leurs
marques préférées

25 Mds \$

de ventes de NFT
dans le monde
en 2021

27,7 M

de joueurs uniques ont participé
au concert virtuel de Travis Scott
dans le jeu Fortnite en 2020

30%

des organisations dans le monde
proposeront des produits et des
services dans le metaverse d'ici 2026

DÉFIS



Protection des utilisateurs :
la question du cyber
harcèlement reste
toujours en suspens



Protection des données :
les équipements VR/AR
manipulent de grandes
quantités de données



Propriété intellectuelle :
les violations du copyright
augmentent rapidement
dans le monde des NFT

FINANCEMENT

10 Mds \$

auraient déjà été dépensés par
Meta pour développer son
metaverse en 2021

1 Md \$

ont été levés par Epic Games en
2021 pour financer son projet
metaverse sur le long terme

CAS D'USAGE



En 2021, les
entreprises liées
au metaverse ont
levé 2,6 Mds \$



The Sandbox a levé
93 millions de dollars
pour sa plateforme de
NFT et de metaverse,
une levée de fonds
menée par Softbank



Nike a lancé son propre
monde numérique,
NIKELAND, sur Roblox



Les commerçants Shopify
peuvent miner et vendre
des NFT via la plateforme



Carrefour a annoncé avoir
acheté un lopin de terre
virtuel dans The Sandbox

source earlymetrics.com