

Pressmeddelande 8 november 2017



Acando hjälper retailföretag utforska potentialen i Augmented Reality

Ett globalt retailföretag har tagit fram en lösning som låter kunderna se produkterna på mobila enheter på ett helt nytt sätt. Acando kommer att stötta arbetet framåt då teknologin nu skall integreras i den befintliga kundresan såväl som i företagets strategier och processer.

Retailföretagets nya mobila kanal är baserad på Augmented Reality-teknologi som gör att kunderna, i de fysiska rum de befinner sig, kan uppleva företagets produkter. Tekniken har stor potential och bara en bråkdel av vad som går att göra är utvecklat hittills. Samtidigt som ny funktionalitet utvecklas kommer man i projektet ta fram planer för att göra kanalen till en del av företagets framtida strategier och processer.

- Acando ska facilitera strategiarbetet och hjälpa företaget göra Augmented Reality till en naturlig del av kundupplevelsen, den kommersiella strategin och IT-landskapet. Uppdraget ställer stora krav på strategisk förståelse och Acandos förmåga att tillämpa ny teknologi för att skapa kundcentrerade lösningar kommer väl till pass i det här projektet, säger Daniel Grahn, konsult på Acando.

Förutom Acandos konsult ingår ledande specialister inom Augmented Reality, mobila appar, 3D-modeller, UX och kommunikation i teamet. I Acandos ansvar ingår även att sätta en tydlig projektstruktur och koordinera arbetet mellan arbetsströmmarna och det centrala projektteamet.

För mer information vänligen kontakta:

Anna Ohlsson, Head of Marketing and Communications, +46 (0)70 413 4179, anna.ohlsson@acando.com

Peter Axelsson, Head of Acando South, +46 (0)70 602 7218, peter.axelsson@acando.com

Om Acando:

Acando är konsultbolaget som med lika delar teknisk spetskompetens och insikt i mänskliga beteenden - innoverar, effektiviserar och mobiliserar organisationer till hållbar förändring. Koncernen har cirka 1900 anställda fördelade på fem länder. Acando omsatte över 2 miljarder kronor 2016 och är noterat på Nasdaq Stockholm.