

CHALET EN LA SIERRA PERENCHIZA



ÚLTIMOS COMENTARIOS

- admin en **Fórmula 1 Valencia: Accesos al Circuito en el GP de Europa 2009**
- Sonia en **Fórmula 1 Valencia: Accesos al Circuito en el GP de Europa 2009**
- admin en **Fernando Alonso estará en los entrenamientos de Jerez los días 10 y 11 de febrero**
- admin en **Fórmula 1 Jerez: Mañana se verá si Fernando Alonso puede recuperar un segundo**
- francis en **Fórmula 1 Jerez: Mañana se verá si Fernando Alonso puede recuperar un segundo**

BUSCA EN GPEUOPA.NET Y GOOGLE

ETIQUETAS

Adrian Sutil Audi BMW BMW Sauber Brawn Gp  
 Bridgestone **Coches** Dani Clos **F1** F3 Felipe  
 Giancarlo Fisichella GP2 GP2 asia Heikki Kovalainen  
 ING Renault Jaime Alguersuari Jarno Trulli Javier  
 Villa Jensen Button Kazuki Nakajima Kimi  
 Raikkonen Lewis Hamilton Mark Webber McLaren  
 Mercedes Mercedes Benz Nelson Piquet Nick  
 Heidfeld Nico Rosberg Panasonic Toyota Pedro de la  
 Rosa Red Bull Renault Robert Kubica Rubens  
 Barrichello SEAT Sebastien Vettel Timo Glock Toro  
 Rosso Valencia Volkswagen Williams

PUBLICIDAD



**Opiniones sobre**

- [Coches](#)
- [Motos](#)
- [Seguros para coches y motos.](#)

**Buscar productos**

Generador Banner Ciao

INFO DESTACADA



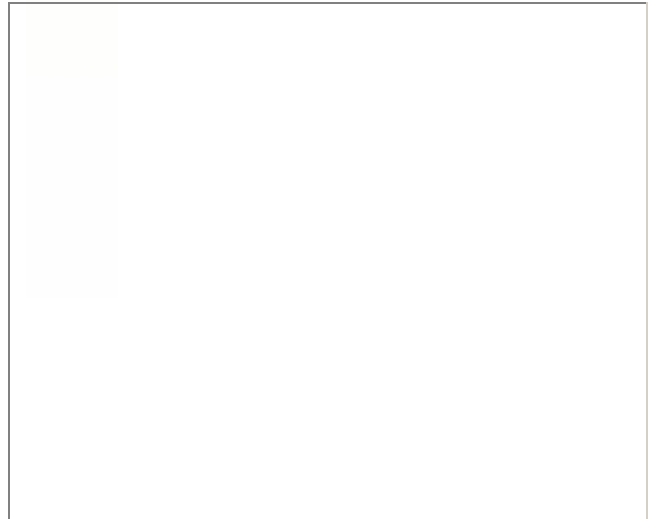
- Seguros
- Pilotos F1 2010
- Guía GP Europa
- F1 GP 2010
- Clasificación F1
- Clasificación GP2
- Definiciones F1

CATEGORÍAS

- Automovilismo
- Clasificaciones y
- Calendarios
- Encuestas
- Fórmula 1
- F1 Carreras
- F1
- F1 Escuderías
- Entrenamientos
- F1 Pilotos
- Fórmula 3
- GP2
- Karting
- Miscelanea
- Nuestras Exclusivas
- Seguros
- Audi
- BMW
- Citroën
- Ferrari
- Ford
- Hyundai
- Mercedes
- Benz
- Mini
- Motocicletas
- Nissan
- Peugeot
- Renault
- Salones
- SEAT
- Škoda
- Toyota
- Tus coches para soñar
- Volkswagen
- Valencia, Circuito
- Fórmula 1

El Virtual A3, nuevo rival del Audi A3

Enero 18, 2010 - 3:28 pm | por admin |



Esta vez, Audi no sólo se sitúa "A la vanguardia de la técnica" sino también un paso por delante del resto en la forma de comunicar con su público objetivo. El modelo A3 es un coche aspiracional, es el automóvil más deseado de su categoría y un elevado porcentaje de sus compradores se encuentran en el abanico de edad comprendido entre los 18 y los 40 años. Por ello, Audi ha buscado realizar una campaña de comunicación que llegue de una forma muy directa a ese target, una campaña que utilice las herramientas tecnológicas más modernas que el sector multimedia ha puesto a nuestro alcance.

Los avances experimentados en los últimos años por la realidad virtual rozan casi la perfección y, por ese motivo, la agencia de publicidad **DDB Barcelona** ha creado un anuncio impactante en el que una máquina llamada Virtual A3 es capaz de reproducir con absoluta fidelidad lo que un conductor siente al volante de un Audi A3. En el spot de televisión, Virtual A3 permite disfrutar de las mismas sensaciones de seguridad, de deportividad y de control sobre el vehículo que las que se obtienen al volante del A; unas sensaciones que, tal y como nos muestran las imágenes, podemos saborear en cualquier lugar donde nos encontremos sobre el escenario que más nos guste y compartiéndolo con quien nosotros elijamos. Estamos pues ante el más peligroso rival del Audi A3, y ese es precisamente el mensaje: "¿virtual o real? Tú eliges".

La conclusión del anuncio es que a pesar de lo impresionante que llega a ser la realidad virtual, en el fondo no hay nada comparable a las sensaciones que produce viajar en un coche como el Audi A3, un verdadero icono de su segmento.

El rodaje del nuevo comercial de Audi se realizó durante varios días y en diferentes localizaciones de manera que se pudiera recrear con imágenes algo tan etéreo e indescriptible como las sensaciones que produce conducir un Audi A3. El resultado es un anuncio atrevido, original y con una estética vanguardista.

Tampoco Audi ha querido dejar de lado otro medio de comunicación que se ha convertido en la estrella de la sociedad actual y que ocupa un puesto de primerísimo orden en la vida de los jóvenes: internet en general y de forma más concreta las redes sociales. Como refuerzo a la campaña de televisión y prensa escrita, **la agencia especializada DoubleYou ha inventado un recurso que aproxima la historia virtual al plano de la esfera personal, valiéndose igualmente de las modernas tecnologías que la red pone al servicio de los usuarios.**

Para comprender la importancia del medio basta con aportar unos cuantos datos que resultan sorprendentes. Sólo en España más de siete millones de personas tienen un perfil en Facebook, una de las redes sociales más conocidas en nuestro país; y de ellos dos tercios están por encima de los 25 años, lo que se aproxima bastante al perfil del comprador del Audi A3.

Facebook se ha convertido ya en el tercer sitio más visitado de internet, sólo por detrás de Google y Microsoft, y ha relegado a un portal tan conocido como

## CASTELLANO

- Coches de Ocasion
- El blog de Tabatha
- Institucionales
- Markarina
- Motos
- Pasaporteblog
- Valenciablog
- Web Oficial Circuito F1 Valencia
- Webs oficiales de turismos
- Y + Links en Gpeuropa

## INGLÉS

- F1-blog
- F1Wolf – Blog by Formula 1 fan
- International Herald Tribune Blog
- Motorsport Magazin Rennserien (D)
- No Fenders – F1 Blog
- Unofficial site of Singapore Grand Prix

Yahoo al cuarto lugar. Además, los internautas comparten más contenido a través de dicha web que por correo electrónico y el tiempo de visita está en una media de 40 minutos diarios.

Con todos estos elementos de análisis, Audi ha puesto en marcha una herramienta denominada VirtualMe ([www.virtuala3.com](http://www.virtuala3.com)), un servicio que ofrece a los usuarios la posibilidad de crear una especie de doble virtual que les reemplazará ante sus amigos siempre que lo necesiten, reproduciendo con exactitud su físico, sus gustos y sus pensamientos. Para conseguir este propósito, VirtualMe introduce por primera vez en España una avanzada tecnología de creación de avatares 3D que, combinada con un servicio de reproducción de voz en tiempo real y recogiendo los datos del usuario con la ayuda de Facebook Connect, permite crear "otro yo" con un grado de realismo espeluznante. Basta un retrato fotográfico y un click para que el doble conozca todo sobre su creador y le reemplace fielmente ante sus amigos, interactuando de forma completamente diferente y personalizada en cada visita.

En resumen una innovadora campaña de marketing multimedia que nos da a entender una cosa que resulta evidente: el Audi A3 no se puede simular.

Prensa Volkswagen – Audi España  
Foto Copyright Volkswagen – Audi España

Etiquetas: [Audi](#), [Coches](#).

Comparte el post

Artículos que te pueden interesar

- | [Audi Space, el juego del nuevo concept car e-tron a través de PlayStation Home](#)
- | [Audi A1. Información del A1 en Internet](#)
- | [Primera imagen del nuevo Audi R15 TDI](#)
- | [Nuevo Audi Q7. La nueva generación \(1\)](#)
- | [Audi RS6, "El Automóvil Más Deportivo del Año"](#)

Escribe tu comentario

Nombre

E-mail (no será publicado)

Web

Enviar comentario