



Comunicación de prensa Audi

Dirección Comunicación y RR.EE. Audi

Tel: +34 91 348 83 20 / 11

E-mail: gonzalm2@vw-audi.es

E-mail: reyes.luque@vw-audi.es

<http://prensa.audi.es>

Audi VR experience: el concesionario en un maletín

- **Unos innovadores cascos de realidad virtual ampliarán los servicios de asesoramiento en los concesionarios Audi.**
- **Luca de Meo, director de Ventas: “Es una prueba más del papel pionero de Audi en la esfera de la digitalización”.**
- **La digitalización se irá implementando como nueva herramienta de ventas para los concesionarios a partir de este año.**

Madrid, 23 de enero de 2015 – Audi está dando el siguiente gran paso para integrar las tecnologías digitales en sus concesionarios. La Audi VR experience proporciona a los clientes la oportunidad de configurar el vehículo de su preferencia a través de unos cascos especiales de realidad virtual, para poder verlo de una forma tan real como no había sido posible hasta la fecha. Con esta tecnología se podrá ver toda la gama completa de la marca de los cuatro aros, incluyendo la totalidad de combinaciones de equipamiento posibles. Audi se convierte así en el primer fabricante de automóviles que desarrolla una solución de *software* integrada en cascos de realidad virtual y específica para los concesionarios.

Luca de Meo, miembro del Consejo de Dirección de AUDI AG como responsable de Ventas y Marketing, presentó la Audi VR experience en el marco del Salón Internacional del Automóvil de Detroit: “Mano a mano con nuestros distribuidores, proporcionamos innovaciones digitales a los concesionarios para mejorar la experiencia y dar un servicio aún más completo. Con la Audi VR experience demostramos, una vez más, el papel pionero de la marca de los cuatro aros en este área”.

Con esta innovadora tecnología los clientes y los posibles compradores podrán experimentar el mundo virtual de Audi en un nuevo nivel, esto es, en tres dimensiones, con todos los efectos de sonido y casi igual que en la vida real. Los clientes podrán, de forma virtual, tomar asiento al volante del coche de sus sueños, configurado individualmente, o echar un vistazo al interior del maletero. Una cámara sigue los movimientos de cabeza del usuario y el sistema adapta a ellos la imagen que se proyecta. Se tiene al alcance el espectro completo de la gama Audi, con sus respectivas opciones de personalización: colores, tipos de cuero, molduras decorativas, además de los diferentes sistemas de información y entretenimiento. De esta manera el concesionario podrá demostrar la gran variedad de productos que existen en la gama Audi, y hacerlo de forma cómoda para dar a cada visitante un asesoramiento individualizado.



Audi irá implementando la nueva herramienta de ventas a lo largo de este año, y prestará una especial atención a los mercados en crecimiento, como es el caso del mercado español, donde el elevado aumento de las ventas para Audi se ve acompañado por la expansión de la capacidad de sus distribuidores. En una fase más avanzada, con esta tecnología también será posible disponer de la Audi VR experience fuera de los concesionarios, como una solución móvil, por ejemplo, yendo a visitar al cliente a su propia casa.

Gracias a su amplio campo de visión y su efectividad para captar posiciones y movimientos, los cascos de realidad virtual ofrecen una excelente inmersión, pues los observadores se sienten completamente integrados en la escena que se les presenta. El sistema que se va a implementar en los concesionarios Audi contarán con innumerables grabaciones de datos muy detallados sobre todos los modelos, que serán extraídos de un ordenador de alto rendimiento para asegurar una imagen de reproducción de gran calidad. Para la Audi VR experience también se cuenta con unos auriculares Bang & Olufsen de gama alta. A través de ellos se transmite toda la información acústica, desde el sonido de las puertas al cerrar, hasta el que sale de los 14 canales del avanzado sistema de sonido del Audi A8, pasando por la conversación con el asesor de ventas.

Audi ha sido ya pionera, desde 2012, en el uso de la realidad virtual en ventas de automóviles, combinando la innovación digital con la fortaleza y asistencia del concesionario físico: en los Audi City se proyectan los vehículos de la marca en pantallas digitales gigantes que llegan hasta el techo, para poder ver los coches en una escala 1:1 muy similar a la de su aspecto natural. Allí, los visitantes pueden configurar, de forma individualizada y paso a paso, los modelos de sus sueños.

Ocupando sólo un pequeño espacio y ofreciendo servicios exclusivos, Audi City complementa la red de ventas de la marca en ubicaciones clave en el centro de algunas de las principales ciudades del mundo. Este año Moscú se unirá a Londres, Pekín y Berlín como la próxima ubicación de un Audi City. Audi ha redefinido sus componentes tecnológicos de estas exposiciones digitales para ser utilizados en concesionarios tradicionales. En 2014 unos módulos técnicos de los Audi City se usaron por primera vez en 16 distribuidores piloto europeos. El plan para este año es digitalizar alrededor de 200 localizaciones más en todo el mundo.

- Fin -

Información y fotos en las websites de prensa de Audi <http://prensa.audi.es> o en www.audi-mediaservices.com/en