

Audi da forma a la conducción del futuro en el Festival OMR 2023 de marketing digital

- Bajo el lema “Step into your sphere”, los asistentes al OMR 2023 podrán experimentar cómo la marca de los cuatro aros está dando forma a la experiencia de conducción del futuro
- El stand de Audi estará protagonizado por una “Esfera Personal” interactiva, inspirada en la familia de concept-cars “Sphere” de la marca, que pone el foco en las personas y sus experiencias
- Linda Kurz, Directora de Marketing para Alemania de AUDI AG: *“El Festival OMR es el evento perfecto para que Audi muestre su mentalidad innovadora y centrada en las personas”*

Madrid, 9 de mayo, 2023 – La escena del marketing y la tecnología online se reunirá una vez más en el mayor evento de marketing digital y tecnología de Europa, el Festival OMR (Online Marketing Rockstars), que se celebra en Hamburgo los días 9 y 10 de mayo. Como en años anteriores, Audi vuelve a ser el patrocinador principal del evento en 2023 y contará con un gran stand en el que se exhibirán numerosos elementos interactivos. Este año, los visitantes podrán experimentar de primera mano cómo Audi está dando forma a la experiencia de conducción del futuro. El enfoque que la marca premium presenta en el Festival asociado a la campaña “Step into your sphere” (Entra en tu esfera) representa una nueva mentalidad en el desarrollo automovilístico.

La arquitectura progresiva y el ambiente premium del stand de Audi en el Festival OMR 2023 ofrecerán a los visitantes una oportunidad lúdica para conocer la marca y su tecnología, y descubrir la experiencia de conducción del futuro a través de una serie de elementos digitales interactivos. Además, Giorgio Delucchi, Director de Experiencia y Negocio Digital de AUDI AG; y Stephan Fahr-Becker, responsable de Diseño Exterior de AUDI AG, presentarán la ponencia “Diseño y Digital: cómo Audi está impulsando la transformación”. En el Red Stage, bajo el título “Una mirada al interior de Audi Design: inteligencia estética”, Stephan Fahr-Becker también ofrecerá una visión del trabajo de los diseñadores de Audi. Ambas conferencias magistrales podrán seguirse [en directo](#) y también estarán disponibles posteriormente en el [Audi MediaCenter](#). El fabricante ofrecerá una experiencia de primera mano a través de cuatro paneles de debate centrados en sus campos estratégicos de marca, entre los que se incluyen la digitalización, las prestaciones, el diseño y la sostenibilidad.

Audi estará representada en esta cita por los siguientes ponentes: Patrick Lins (Desarrollo de Conceptos de Diseño UI/UX), Tim Miksche (Responsable de Audi Denkwerkstatt), Stephan Fahr-Becker (Diseño Exterior) y Michael Müller (Responsable de Estrategia Global de Marca, Información del Cliente). *“Nuestro objetivo es seguir sorprendiendo a nuestros clientes con nuevas experiencias. Por eso hemos decidido diseñar por primera vez nuestro stand sin un coche de exposición y centrarnos en las personas, sus sentimientos y su experiencia, con total independencia de las formas de conducción o los modelos”*, declara Linda Kurz, Directora de Marketing para Alemania de AUDI AG.



Los concept-cars Sphere, como el [Audi activesphere concept](#), sirvieron de inspiración para la exposición. Siempre listo para una aventura en la naturaleza o en la jungla urbana, el coche es un maestro de la metamorfosis, tanto por dentro como por fuera. Su innovador concepto de funcionamiento combina el mundo físico y el virtual (“realidad mixta”) proyectando información, contenidos y elementos interactivos sobre las superficies y en los espacios del habitáculo. Al adoptar un enfoque centrado en las personas, Audi está rompiendo con las convenciones anteriores del diseño automovilístico en el desarrollo de sus prototipos.

Audi coloca a las personas en el centro

En el pasado, los automóviles se concebían inicialmente desde una perspectiva tecnológica. Esta orientación marcaba el rumbo del diseño del coche y ayudaba a determinar el aspecto, las características, el interior e incluso la posición de los asientos de los pasajeros. Ahora Audi está dando un giro radical a este concepto. En los Audi del futuro, la atención se centrará en las personas como individuos. Fiel al lema del stand de Audi en el Festival OMR, “Step into your sphere”, la marca de los cuatro aros está desarrollando el automóvil en torno a las necesidades individuales de los clientes como una “Esfera Personal”, un espacio interactivo que se diseña sistemáticamente de dentro hacia fuera. En su stand en el evento, Audi está dando vida a la futura experiencia interior que promete esta concepción.

El Audi del futuro combina un diseño atractivo, materiales de alta calidad y elementos digitales para crear una experiencia de usuario fluida, inteligente, intuitiva y personalizable. Con su espacio interactivo en el Festival OMR, Audi quiere centrarse en el papel crucial que desempeñan los sentidos y las emociones del individuo a la hora de interactuar con la tecnología digital, sin dejar a un lado la seguridad de los datos. Audi prioriza el diseño desde dentro hacia fuera, convirtiendo el interior del automóvil en una interfaz crucial entre las personas y la marca al situar la creación colectiva en primer plano y poner la tecnología a su disposición según sus necesidades, como se demostró en el desarrollo del [Audi urbansphere concept](#), en el que la marca de los cuatro aros colaboró activamente con los clientes chinos para incorporar sus deseos e ideas.

El ecosistema holístico amplía la esfera personal más allá del automóvil

La digitalización y la conectividad están abriendo oportunidades completamente nuevas para la interacción en el interior y alrededor del automóvil, lo que hace que el número de puntos de contacto con el cliente esté aumentando de forma exponencial. Con su ecosistema holístico, Audi está aprovechando estos puntos de contacto para ofrecer una experiencia de usuario integrada en cualquier momento y lugar. La clave del mundo digitalmente conectado de Audi es la aplicación myAudi.

Los usuarios ya pueden experimentar hoy muchos aspectos de este ecosistema. Con Functions on demand, por ejemplo, Audi permite a los clientes adaptar la configuración de las funciones del vehículo a sus necesidades, incluso después de haber comprado el coche. También está el proceso de venta digitalizado con servicios virtuales como Audi Live Consultations y un sistema de reserva online de vehículos nuevos y de ocasión. Audi añadirá aún más elementos a su



ecosistema digital en el futuro.

La confianza como requisito para experiencias únicas y nuevos servicios

Hoy en día, la generación y el análisis inteligente de datos permiten ofrecer servicios y ajustes personalizados, pero la confianza es un requisito previo crucial para crear experiencias digitales únicas como las que se encuentran en el stand de Audi en el Festival y en sus coches de hoy y de mañana, ya que los usuarios que están dispuestos a compartir sus datos pueden obtener el máximo valor añadido de los servicios personalizados. Esto hace que la confianza de los usuarios en la seguridad de sus datos personales sea un factor decisivo. Por este motivo, la marca de los cuatro aros apuesta por un concepto de privacidad que ofrece la mayor transparencia posible, así como el mayor nivel de seguridad. Se trata de un enfoque que permite a Audi tener en cuenta una serie de preferencias personales a la hora de manejar los datos. Los visitantes también podrán experimentar este compromiso en el stand de Audi en el Festival OMR.

Giorgio Delucchi afirma: *“Audi se preocupa por la seguridad, tanto en nuestros coches como en nuestro mundo digital, porque la confianza del cliente es nuestra máxima prioridad. Nunca recopilamos ni utilizamos datos sin el consentimiento explícito de nuestros usuarios y sólo lo hacemos en cumplimiento de las estrictas leyes de privacidad”.*

OMR y Audi: una larga colaboración

El primer Festival OMR tuvo lugar en 2011, y desde entonces el evento ha crecido año tras año, registrando más de 70.000 visitantes en 2022. En la actualidad, el OMR ofrece una plataforma para conferencias, clases magistrales y eventos paralelos con más de 800 ponentes en seis escenarios, una zona de exhibición con más de 1.000 expositores y un ambiente único. Los visitantes también pueden disfrutar de actuaciones de músicos y grupos reconocidos, así como de distintos programas de animación.

Audi ha sido socio del evento desde su creación, y esta es su tercera edición consecutiva como patrocinador principal. Para Linda Kurz, *“el Festival OMR combina los últimos avances en tecnología y marketing digital con una comunidad avanzada y llena de vida. Para Audi, es el evento perfecto para mostrar nuestra mentalidad innovadora y centrada en las personas”.*

Comunicación de prensa Audi

Dirección Comunicación y RR.EE. Audi

E-mail: nacho.gonzalez@audi.es

E-mail: alejandro.martin@audi.es

Información y fotos en las websites de prensa de Audi

<http://prensa.audi.es>

<https://www.audi-mediacycenter.com>



El Grupo Audi es uno de los fabricantes de automóviles y motocicletas de mayor éxito en el segmento Premium y de lujo. Sus marcas Audi, Ducati, Lamborghini y Bentley producen en 22 plantas distribuidas en 13 países. Audi y sus socios están presentes en más de 100 mercados en todo el mundo.

En 2022, el Grupo Audi entregó a sus clientes 1,61 millones de automóviles de la marca Audi, 15.174 vehículos de lujo de Bentley, 9.233 deportivos de la marca Lamborghini y 61.562 motocicletas de la marca Ducati. En el año fiscal 2022, el Grupo AUDI alcanzó una facturación de 61.800 millones de euros y un beneficio operativo de 7.600 millones de euros. El Grupo Audi emplea a nivel mundial a más de 87.000 trabajadores, 54.000 de ellos en Alemania. Con sus atractivas marcas, nuevos modelos, ofertas de movilidad innovadoras y otros servicios pioneros, el grupo continúa avanzado sistemáticamente en su objetivo para convertirse en un proveedor premium de movilidad sostenible e individual.
