



Influencers virtuales en la industria automotriz

30/03/2022 Pionero en un área de crecimiento apasionante: Porsche continúa ampliando su experiencia en el campo digital.

Los influencers virtuales se han convertido en seres indispensables del panorama de los medios asiáticos y ahora también tienen una importancia cada vez mayor para más y más personas fuera de ese continente. Los avatares ficticios, completamente generados por computador, y sus perfiles en las redes sociales atraen la atención de millones de personas, especialmente en Instagram y TikTok. Solo en China, se espera que el volumen de ventas de la industria se triplique con creces, del equivalente a unos 970 millones de dólares en 2021 a más de 3100 millones de dólares en 2023, según un pronóstico de la consultora de investigación iiMedia Research.

Porsche también está activo en este campo. La entrada exitosa en el mundo de los influencers virtuales está marcada por la cooperación establecida en 2021 entre Porsche Ventures e iMaker, el proveedor líder de influencers virtuales y ecosistemas digitales de China. Fundada en 2019, la misión de esta *startup* es apoyar a las marcas globales y socios de plataforma en el desarrollo y despliegue de

embajadores de marca digital.

Colaboración con iMaker

“Porsche, al ser un fabricante tradicional de autos deportivos, siempre ha impulsado el cambio y la innovación”, dijo Jens Puttfarcken, presidente y director general de Porsche China. “Queremos permanecer a la vanguardia de la industria automotriz en la era digital. Esta inversión de Porsche Ventures es un paso importante en términos de implementación de nuestra estrategia digital y el inicio de futuras colaboraciones con iMaker”.

Por su parte, Ostin Gong, líder en alianzas y empresas de Porsche Ventures China, dijo: “Gracias a nuestra colaboración con iMaker, estamos ampliando constantemente nuestros conocimientos en un área de crecimiento estratégico. iMaker puede ayudarnos a crear una experiencia de marca altamente emocional e inmersiva para nuestros futuros clientes”. Hay una variedad de usos para los influencers virtuales, que van desde la moderación en eventos en vivo hasta consultas de ventas y aplicaciones interactivas en el automóvil.

Nuevos métodos de adquisición de clientes.

La cooperación con iMaker es vanguardista para el fabricante de autos deportivos en dos aspectos. Por un lado, abre nuevas oportunidades para desarrollar e interactuar con grupos objetivos jóvenes en China. Esto se debe a que los influencers virtuales son cada vez más populares, especialmente entre las generaciones más jóvenes.

“Desde una perspectiva de marca y de marketing, existe un enorme potencial para Porsche, ya que los influencers virtuales están desempeñando un papel cada vez más importante en el ecosistema chino en términos de puntos de contacto con los clientes”, dijo Ostin Gong. “La edad promedio de los clientes de Porsche en China es de 35 años. Por lo tanto, es fundamental para nosotros comprender los valores, pasatiempos, hábitos y comportamientos de consumo de la población joven en China. iMaker está llegando a un punto óptimo en términos de interacción con la generación Z a través de la introducción de sus avatares”.

Nuevos contenidos digitales y tecnologías para aplicaciones en el automóvil.

Por otro lado, Porsche e iMaker están explorando los conceptos de crear un nuevo ecosistema digital que expandirá y mejorará la experiencia digital de los clientes con los vehículos Porsche. Esto pone el foco en el desarrollo de nuevos contenidos digitales y tecnologías para aplicaciones en el automóvil.

“Creemos firmemente que en un futuro cercano, el automóvil se convertirá en un 'tercer espacio' muy

importante, junto al hogar y la oficina, donde tendrá lugar gran parte de nuestra vida digital. Los expertos están conceptualizando asistentes virtuales interactivos y más personalizados para este 'tercer espacio', dijo Ostin Gong. "Estos asistentes podrían ayudar a los usuarios a navegar, encontrar restaurantes o reproducir música y encargarse de otros entretenimientos, por ejemplo".

Los interesados pueden encontrar ejemplos de influencers virtuales, incluidos varios fuera de la industria automotriz, en el blog de tecnología de Porsche 'Next Level German Engineering' (en inglés).

Acerca de Porsche Ventures

Porsche Ventures es la unidad de capital de riesgo de Porsche AG y tiene oficinas en Stuttgart y Berlín (Alemania), Tel Aviv (Israel), Palo Alto (Estados Unidos) y Shanghái (China). Invierte en tecnologías innovadoras y modelos comerciales en todo el mundo. Porsche ha estado activo en la escena de empresas emergentes desde 2016 y ha creado un ecosistema de empresas emergentes diverso para trabajar con compañías nuevas e innovadoras en varias fases de desarrollo.

Además de Porsche Ventures, el ecosistema de Porsche incluye la unidad de tecnología y digital Porsche Digital, el constructor de empresas Forward 31 y el inversor en *startups* APX, una empresa conjunta con Axel Springer SE.

Consumption data

Taycan 4S with Performance Battery (Predecessor model)

*Further information on the official fuel consumption and the official specific CO₂ emissions of new passenger cars can be found in the "Leitfaden über den Kraftstoffverbrauch, die CO₂-Emissionen und den Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen" (Fuel Consumption, CO₂Emissions and Electricity Consumption Guide for New Passenger Cars), which is available free of charge at all sales outlets and from DAT (Deutsche Automobil Treuhand GmbH, Helmuth-Hirth-Str. 1, 73760 Ostfildern-Scharnhausen, www.dat.de).

Link Collection

Link to this article

<https://newsroom.porsche.com/es/2022/tecnologia/PLA-Influencers-virtuales-en-la-industria-automotriz-27576.html>

Media Package

<https://pmdb.porsche.de/newsroomzips/ff729cce-012d-49d6-afa5-b2aee4cca463.zip>

External Links

<https://medium.com/next-level-german-engineering>