

Las Marcas De Vino Australianas y Chilenas Se Vuelven Creativas Con La Realidad Aumentada

Los vinicultores australianos y chilenos exploran formas inmersivas de relacionarse con los consumidores a distancia a través de la realidad aumentada.

SINGAPORE, July 14, 2020 /EINPresswire.com/ -- En un intento de crear un zumbido en torno a sus marcas e impulsar las ventas, la bodega australiana Zonte's Footstep y el enólogo chileno PengWine han recurrido al uso de la realidad aumentada (RA) de forma creativa.

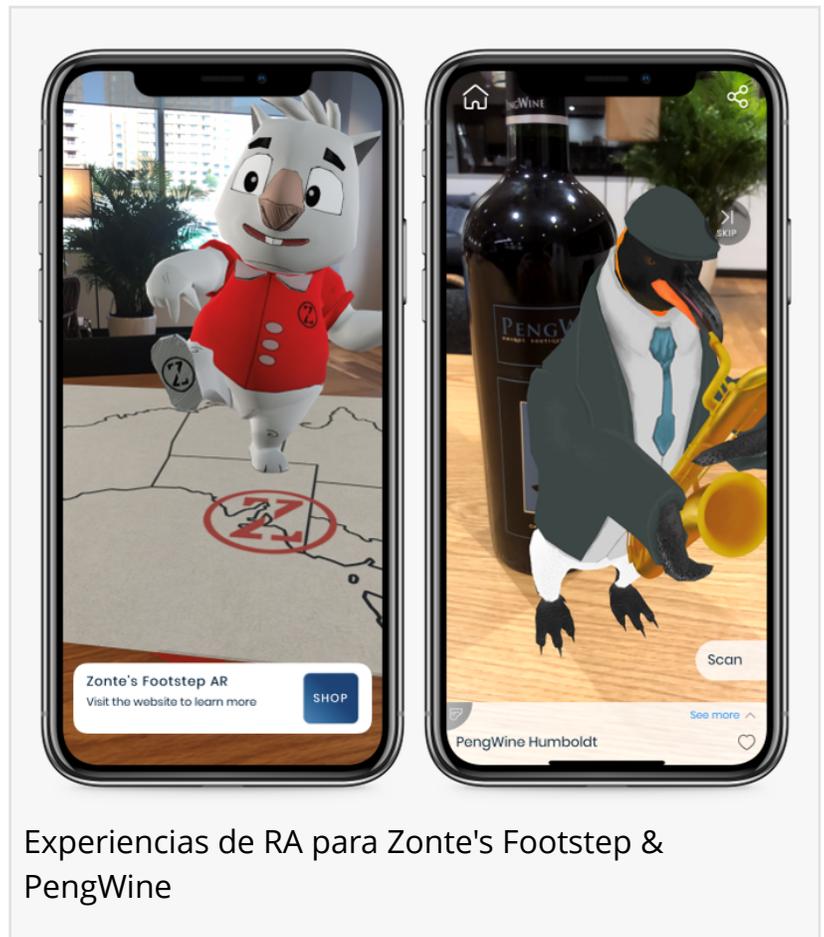
Ambas marcas están trabajando ahora con la plataforma de soluciones de RA "[DRNK:AR](#)" para crear experiencias de RA en las etiquetas de sus botellas que animen a los consumidores a interactuar activamente con sus productos.

Zonte - Ponerle cara al nombre

El origen del nombre "Zonte's Footstep" es fascinante, pero podría pasarse por alto si los consumidores no están particularmente buscando la historia.

Pero, ¿por qué esperar a que alguien busque la historia cuando la marca puede hacer uso de la RA como plataforma mediática para llegar a los consumidores y [contar su historia de una manera inmersiva y atractiva](#)?

La marca de Adelaida ha creado una mascota que es fiel a sus antecedentes - un animado "wombat gigante" (o un Diprotodonte, si queremos ser específicos) llamado Zonte - que



Experiencias de RA para Zonte's Footstep & PengWine

deleitará a los consumidores con historias del origen de la bodega.

"Hemos definido a Zonte, en nuestro sitio web, como un personaje apasionado y lleno de bromas", dice Anna Fisher de Zonte's Footstep. "Pero no es suficiente decir eso, sino que simplemente hace que la gente se desplace a través de algún texto para descubrir nuestra historia."

"Así que decidimos aprovechar la experiencia de DRNK:AR en RA para crear el personaje de Zonte en 3D. Esperamos que esto atraiga a los consumidores de una manera nueva y refuerce la historia de nuestra marca, que cumpla con un poco de aprendizaje y un montón de diversión", continúa.

Zonte's Footstep y DRNK:AR se encargan de presentar a los consumidores una experiencia de RA interactiva que requiere la participación activa de los espectadores. La marca cree que el camino a seguir para conectar con los consumidores es a través de un compromiso bidireccional en lugar de una narración pasiva.

Reunir a la banda con PengWine

La marca de vino chileno PengWine puede ser considerada como una de las primeras en adoptar la RA en la industria de las bebidas alcohólicas.

PengWine ha lanzado recientemente una campaña de RA de siete semanas de duración llamada "Reúne a la banda", en la que los participantes tienen la oportunidad de ganar premios semanales y un gran premio al final del período de la campaña.

"Todos nuestros vinos llevan el nombre de diferentes especies de pingüinos y les hemos dado a cada uno de ellos una personalidad distinta y genial. Como Wine and Music une a la gente, pensamos que sería divertido hacer una campaña musical con el concepto de reunirlos en una banda", explica Chris Milliken, director general y presidente de PengWine.

Sobre el trabajo con DRNK:AR, Milliken explica: "Estamos encantados de poder idear con DRNK:AR cómo podemos añadir un elemento de gamificación a la campaña". También hemos visto cómo la RA puede ser usada de forma creativa para impulsar eficazmente las ventas".

La necesidad de soluciones de realidad aumentada en la industria del alcohol

La suite de soluciones digitales DRNK:AR cubre el viaje del consumidor de punta a punta, desde el conocimiento hasta la compra y la recompra.

En el caso de Zonte's Footstep y PengWine, pueden dirigir a los consumidores a ver una introducción de sus experiencias de RA a través de anuncios en línea o cualquier contenido digital en un navegador web móvil. Las experiencias completas estarán disponibles para los compradores en la botella de vino cuando escaneen la etiqueta usando la aplicación DRNK:AR.

Aunque estos usos de la RA son todavía incipientes, el ritmo de adopción de la tecnología de RA ha ido aumentando rápidamente desde que COVID-19 llegó a las empresas de todo el mundo. Los minoristas con una sólida plataforma de comercio electrónico y las soluciones digitales adecuadas están mejor equipados para satisfacer las demandas de los consumidores.

No es de extrañar que DRNK:AR - que abastece a vinos, cervezas y licores - haya estado escuchando a más marcas de bebidas alcohólicas que están interesadas en utilizar la RA como plataforma para relacionarse con los consumidores que están confinados en casa.

A medida que el mundo sale de la pandemia y la incertidumbre que conlleva, se puede confiar en la disponibilidad de soluciones digitales como DRNK:AR, que trascienden las fronteras geográficas, para mantener conectados a las empresas y los consumidores.

Marc

Omniaz

+65 8232 0500

[email us here](#)

Visit us on social media:

[Facebook](#)

[LinkedIn](#)

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/521522910>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2020 IPD Group, Inc. All Right Reserved.