



# APUESTA POR LA REALIDAD AUMENTADA (MOTION CONTROL)

- REPORTA EN-

## NOTORIEDAD, INFORMACIÓN, FORMATO **VISUALMENTE IMPACTANTE**, E INTENCIÓN DE COMPRA



El **67%** de los encuestados recuerdan la publicidad de **MICHELIN** en el medio televisión.

**1 de cada 3** personas encuestas identifican el formato (un presentador de una cadena informaba de los neumáticos), frente a la publicidad convencional.

**Identificar los ítems de la marca**  
Seguridad, con más del 50% es el valor principal para los encuestados de la pieza.

Visualmente impactante  
**87%** les ha gustado los efectos de realidad virtual.

**MOMENTOS INTERNO**  
Fácil de recordar (90%) y aporta mayor información (88%).

El **80%** de los encuestados comprarían los neumáticos **MICHELIN**.

ESTUDIO FUENTE TOLUNA JULIO 2019  
Cuestionario on line autoadministrado

