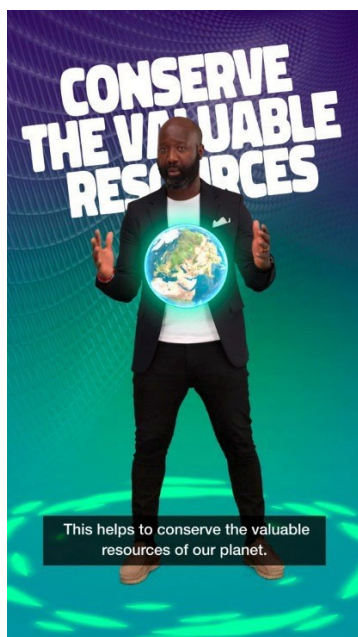


NEW AUTO llega a TikTok: el Grupo Volkswagen debuta en la plataforma de vídeos que triunfa entre los «nativos digitales»

Wolfsburg, 10 de junio de 2022 - A partir de ahora, la transformación de Volkswagen en una empresa de alta tecnología vendrá acompañada por el nuevo canal de TikTok «newauto», que cuenta con el mismo nombre que la estrategia del Grupo. Esta es la primera aparición del Grupo Volkswagen en la moderna plataforma de vídeos. Una serie de vídeos creativos y entretenidos relatan la histórica transformación de la empresa hacia el mundo de la movilidad del futuro, que Volkswagen impulsa sistemáticamente mediante la aplicación de su estrategia NEW AUTO.



El infoentretenimiento sobre temas como la descarbonización, la economía circular, la batería y la carga, el software del vehículo o la conducción autónoma pretende mostrar a los jóvenes destinatarios de la red social el camino que ha emprendido Volkswagen hacia la movilidad del futuro: una movilidad libre de emisiones, autónoma y más individualizada que nunca.

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

“Estamos experimentando la mayor transformación de la historia del automóvil, lo que implica el desarrollo de nuevas áreas de negocio y disrupciones. A fin de fomentar la confianza en nuestra estrategia NEW AUTO también queremos llegar a la generación Z, una generación digital y más consciente sobre el medio ambiente. En vez de alegar que la estrategia es demasiado compleja para una plataforma como TikTok, nos vamos a lanzar a la piscina y simplemente intentarlo, mediante el uso de infoentretenimiento”, explica Michael Manske, consejero delegado y director de Comunicación Digital del Grupo Volkswagen. Al unirse a TikTok, el Grupo se está convirtiendo cada vez más en un proveedor de contenido propio. Lo más importante para Volkswagen es la autenticidad: la empresa se centrará en que los creadores de los vídeos de TikTok sean los empleados.

El Grupo está ampliando continuamente su presencia en plataformas internacionales online al tiempo que refuerza la interacción directa con su público objetivo. La finalidad estratégica es llegar a los grupos objetivo más importantes de los mercados de Europa, Estados Unidos y China. Para ello, en los últimos 12 meses se ha consolidado y ampliado la interacción en Twitter, LinkedIn, Reddit y TikTok en Europa y Estados Unidos, así como en Weibo de cara al mercado chino.

La comunidad de TikTok es experta en tecnología y está interesada en la sostenibilidad

Más de mil millones de personas en todo el mundo acuden a TikTok cada mes para entretenerse, aprender, reírse o descubrir algo nuevo. La plataforma líder en vídeos cortos para móviles ofrece a las marcas la oportunidad de llegar a grupos objetivo a los que no pueden acceder fácilmente en otras plataformas. En lugar de vídeos espectaculares, lo que prima en TikTok es el humor, la autenticidad y la creatividad si se quiere llegar a la Generación Z y a los millennials en particular, pero también al grupo de jóvenes de más de 25 años, cada vez más presente en la plataforma.

Además, los fans de los automóviles que usan TikTok son expertos en tecnología: el 77% de los usuarios apasionados por el mundo del automóvil (a nivel mundial) afirmó en un estudio (realizado por GlobalWebIndex en el tercer trimestre de 2020), que tenía un gran interés por la tecnología (Alemania: 61,3%). El 51,9% de los encuestados indicó que se preocupa por los problemas medioambientales (Alemania: 42,9%).

Volkswagen también consigue llamar la atención de la comunidad de TikTok al recurrir a sus empleados como creadores de los vídeos para la plataforma.

El contenido tradicional relacionado con el trabajo ha sido reinventado con entusiasmo en TikTok y presentado con un toque de entretenimiento y humor. Y esto ha tenido un gran recibimiento: al 40% de los usuarios de TikTok les gustaría ver vídeos «behind the scenes» de una empresa, según

VOLKSWAGEN

AKTIENGESELLSCHAFT

un estudio realizado en 2021 por ifopBase (TikTok Marketing Science French Trends Study 2021). Los resultados obtenidos demuestran que estos usuarios de TikTok opinan que la plataforma es un buen lugar para que las marcas dialoguen sobre las tendencias de empleo.



Volkswagen AG

Volkswagen Communications | Consejero delegado y responsable de Comunicación Digital

Contacto Michael Manske

Teléfono +49 152 22998466

E-mail michael.manske@volkswagen.de | www.volkswagen-newsroom.com



Sobre el Grupo Volkswagen:

El Grupo Volkswagen, con sede en Wolfsburg, es uno de los principales fabricantes de automóviles del mundo y el mayor fabricante de Europa. El Grupo incluye diez marcas de siete países europeos: Volkswagen Turismos, Audi, SEAT, Cupra ŠKODA, Bentley, Bugatti, Lamborghini, Porsche, Ducati, y Volkswagen Vehículos Comerciales. El portfolio de turismos incluye desde coches pequeños hasta vehículos de lujo. Ducati ofrece motocicletas. En el sector de los vehículos comerciales ligeros y pesados, la gama de productos incluye desde pick-ups hasta autobuses y camiones pesados. Cada día de la semana, 662.600 empleados de todo el mundo están involucrados en servicios relacionados con el automóvil o trabajan en otras áreas de negocio. El Grupo Volkswagen vende sus vehículos en 153 países.

En 2020, el total de vehículos entregados a los clientes del Grupo en todo el mundo fue de 9,31 millones (2019: 10,98 millones). La facturación del Grupo en 2020 ascendió hasta los 222.900 (2019: 252.600) millones de euros. Los beneficios después de impuestos del ejercicio ya concluido sumaron en 2020 8.800 millones de euros (2019: 14.000 millones de euros).
