



## **“Hay un nicho de mercado poderosísimo para la creación de contenido en realidad virtual”**

- La Universitat Abat Oliba CEU ha dedicado al entorno digital la IV edición de su Jornada de Marketing
- El director de la Fundació de la Comunicació Experiencial Obicex i del Màster en Comunicació Digital i Noves Tecnologies de la Universitat Abat Oliba CEU, **Xavier Salla**, ha dictado la ponencia inaugural

**Barcelona, 3 de mayo de 2016.-** Si el marketing actualmente debe buscar conectar con la motivación de la gente y crear experiencias positivas, el entorno digital y, más concretamente, la realidad virtual ofrecen grandes posibilidades de desarrollo. “*Hay un nicho de mercado poderosísimo para la creación de contenido en realidad virtual*”, ha señalado el director de la Fundació de la Comunicació Experiencial Obicex i del Màster en Comunicació Digital i Noves Tecnologies de la Universitat Abat Oliba CEU, **Xavier Salla**, en la conferencia inaugural de la IV Jornada de Marketing de la Universitat Abat Oliba CEU.

El potencial de la realidad virtual reside en su poder para inducir experiencias, lo cual conecta a la perfección con el objetivo del marketing, en el que el lema “*el cliente es lo primero*” ha sido sustituido por un “*que el cliente sea feliz*”. No obstante, no toda forma de utilización de la realidad virtual es efectiva en términos de marketing. Previamente “*hay que revisar si la gente a la que queremos dirigirnos está dentro de estos soportes*”, ha observado Salla, criterio que, en general, es aplicable a todo el marketing digital, en el que hay la tendencia de utilizar todas las herramientas indiscriminadamente.

La gamificación también es un área explotable en muchos aspectos, ya que, como ha destacado el ponente, es especialmente efectiva en la activación de un factor clave de la persona: la motivación.

La de Salla ha sido la primera de toda una jornada de ponencias en la que se ha tratado la actualidad del marketing digital desde distintos enfoques: tanto las herramientas que el marketing digital pone a disposición de las marcas (sitio web, e-Commerce, redes sociales, SEO, etc.) como las tendencias que marcan el paso en la actualidad del sector: realidad aumentada, big data marketing, mobile commerce, redes sociales de imagen y video o los buscadores inteligentes.

Para tratar todos estos asuntos, se ha contado con la participación de ponentes de referencia en el mundo del marketing digital: **Xavier Salla**, director de la Fundació de la Comunicació Experiencial Obicex i del Master en Comunicación y Nuevas Tecnologías

Para más información  
Juan Pablo Sanz García  
Gabinete de Prensa UAO CEU  
93 253 72 02 / 93 254 09 00 ext. 981  
666 690 255  
jsanzg@uao.es



*Universitat*  
*Abat Oliba CEU*

*Gabinete de Prensa*

de la Universitat Abat Oliba CEU; **David Andreu**, doctor en Comunicación; profesor de Publicidad y RRPP en la Universitat Abat Oliba CEU i director de Proyectos de Marketing Digital en ADQA; **Antón Farber**, fundador i director de AF General Consulting Group; **David Pueyo**, director de Proyectos Transmedia en Sorra Barcelona; **Emma Pivetta**, analista de tendencias i consultora i evaluadora experta de programes europeos y **Rubén Jericó**, online Marketing Manager en Venca.

Para más información  
Juan Pablo Sanz García  
Gabinete de Prensa UAO CEU  
93 253 72 02 / 93 254 09 00 ext. 981  
666 690 255  
jsanzg@uao.es