vinetur

Una bodega española crea la primera campaña de marketing generada por Inteligencia Artificial

Esta experiencia inmersiva en la promoción vinícola con IA fue presentada en la BWW

lunes 5 de febrero de 2024



Pilar Larumbe, enóloga de la bodega generada por IA

La fusión de la inteligencia artificial con la tradición vinícola está marcando una nueva era en la forma de promocionar y experimentar el vino. Este cambio de paradigma se hace patente en la reciente campaña de marketing y promoción lanzada por Grandes Vinos, una destacada bodega de la Denominación de Origen Cariñena. Dicha campaña, que ha sido presentada en la Barcelona Wine Week (BWW), busca revitalizar una de sus marcas más representativas, El Circo, a través de una innovadora aproximación que combina el arte circense con la avanzada tecnología de inteligencia artificial.

La campaña destaca por su originalidad, al transformar a la enóloga de la bodega, Pilar Larumbe, y a su equipo directivo y de área en los protagonistas de un espectáculo circense digital. Para ello, se ha recurrido a la inteligencia artificial generativa y al know-how de DeuSens, especialistas en el desarrollo de hiper experiencias, para crear un algoritmo capaz de reinterpretar las imágenes del personal de la bodega en personajes circenses, manteniendo sus rasgos faciales reconocibles. Esta estrategia no solo humaniza y acerca la marca a su público, sino que también demuestra cómo la inteligencia artificial puede jugar un papel fundamental en la creatividad y la innovación dentro del sector vinícola.

La iniciativa de Grandes Vinos no se limita a la creación de estas impactantes imágenes. La campaña contempla una segunda fase orientada a la experiencia digital del usuario a través de su página web, donde los visitantes son recibidos por avatares virtuales que les guían por el universo de El Circo. A través de una narrativa que explora la inspiración de la marca en el mundo circense, se invita a los usuarios a interactuar con la web seleccionando entre elementos mágicos que representan las variedades de uva y los estilos artísticos. Este proceso culmina con la generación de un vídeo único, donde la inteligencia artificial recrea un ambiente circense que encapsula el espíritu de la colección de vinos varietales de El Circo.

Esta no es la primera vez que Grandes Vinos se asocia con DeuSens para explorar las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías. Desde el 2015, ambas entidades han colaborado en la creación de experiencias que integran la realidad virtual y aumentada, posicionándose a la vanguardia de la innovación en el ámbito vinícola. La constante

búsqueda de Grandes Vinos por diferenciarse y sobresalir en un mercado altamente competitivo es evidente en su apuesta por la inteligencia artificial, una herramienta aún no plenamente normalizada en el sector.

El director de marketing de Grandes Vinos, Manuel García, y Álvaro Monzón, CEO y cofundador de DeuSens, coinciden en resaltar la importancia de la innovación y la valentía para adoptar tecnologías emergentes. Esta colaboración entre Grandes Vinos y DeuSens no solo ofrece a los consumidores vinos excepcionales, sino que también les brinda una experiencia memorable que trasciende las expectativas tradicionales asociadas al consumo de vino.

La campaña de El Circo de Grandes Vinos, basada en la inteligencia artificial, es un claro ejemplo de cómo la combinación de tradición e innovación puede crear nuevas formas de valor y experiencias únicas para los consumidores. Este enfoque disruptivo no solo beneficia a la marca al generar mayor interés y engagement entre su audiencia, sino que también establece un precedente en el uso de tecnologías avanzadas para la promoción y el disfrute del vino.