

# **BENEFICIOS DEL 3D** **EN EL LANZAMIENTO** **DE PRODUCTOS**

## **TECNOLÓGICOS** **INNOVADORES**

PARA MARCAS QUE  
QUIEREN IMPACTAR EN EL  
MERCADO A TRAVÉS DE LA  
**PERCEPCIÓN DE VALOR**

# SOBRE MÍ

Me llamo Amaia Elu, soy Diseñadora 3D especializada en Vídeo Animación 3D de Productos para marcas Tecnológicas.



En este ebook encontrarás los beneficios que te aporta el 3D en tu negocio, lo decisivo que es en un lanzamiento, la percepción hacia tu producto y la mejora de las ventas.

Además del 3D, me apasiona el neuromarketing y la psicología, por eso, aprovecho todo lo que aprendo para aplicarlo a los proyectos 3D.

Lo que te cuento está basado en la experiencia adquirida en una década de profesión.

Mi labor es ayudar a empresas con productos innovadores a **transmitir el valor** de su producto innovador a través de vídeo animaciones 3D de alto impacto.

¿Te imaginas que tu cliente conecte con tu producto sólo con verlo?

ES POSIBLE A TRAVÉS DEL 3D

**¡VAMOS ALLÁ!**

[www.amaiaelu.com](http://www.amaiaelu.com)

## INTRODUCCIÓN

Cuando se trata de promocionar un producto muchas veces pasamos por alto el ¿cómo?

Simplemente nos centramos en nuestro producto, si es viable, si funciona correctamente, si cumplimos con las normativas, etc.

Es normal, vivimos ensimismados en nuestros servicios y en lo que ofrecemos y no acostumbramos a pensar el :

**¿Cómo nos va a percibir nuestro cliente/consumidor?**

¿la imagen de mi producto innovador  
refleja el valor que tiene?

Pues ése el quid de la cuestión, la **PERCEPCIÓN** de  
nuestros clientes hacia nosotros y nuestro producto

**¿Sabes bien lo que es la  
percepción?**

es justo lo que buscas, mira...

Antes de entrar en materia, déjame explicarte el significado de la palabra percepción, así lo indica la RAE:

## PERCEPCIÓN

**Sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos.**

Tipos de percepción:

- **Percepción Visual:** de los planos de la realidad externa (forma, color, movimiento)
- **Percepción Espacial:** de las 3 dimensiones de la realidad externa (profundidad)
- **Percepción olfativa:** de los olores
- **Percepción auditiva:** de los ruidos y sonidos
- **Percepción táctil:** que combina los sentidos de la piel (presión, vibración, estiramiento)
- **Percepción térmica:** de las variaciones de temperatura (frío-calor)
- **Percepción del dolor:** de los estímulos nocivos
- **Percepción gustativa:** de los sabores
- **Percepción del tiempo:** del cambio (percibir implica la existencia de una reacción a una estimulación presente, reacción que puede analizarse en los planos fisiológico, de consciencia o de conducta)
- **Percepción de la forma:** el resultado de la percepción del contorno y del contraste de las cosas, fundamentalmente a través de la vista y del tacto.

ahora te cuento el por qué de todo esto...

Como puedes comprobar, cuando se trata de **promocionar** un **producto**, podemos **INFLUIR** en varios tipos de **percepción**, en este caso, vemos que a través de la imagen podemos trabajar en varias percepciones: **Visual**, **Espacial**, **Tiempo** y **Forma**.

¿pero, para qué te cuento todo esto?

Pues para que veas que lo que **entra** por los **ojos** nos va a **influir** en nuestra **percepción**, de ahí la mítica frase:

"UNA IMAGEN VALE MÁS QUE MIL PALABRAS"



¡VAMOS ALLÁ!



¡AL GRANO!



## Beneficio 1

Cuando navegamos por internet buscando un producto concreto, lo que necesitamos **sentir** para escoger uno y comprarlo, es

### CONFIANZA

La confianza la vamos a **sentir** cuando tengamos la sensación de **conocer** bien el producto que vemos en pantalla.

Para eso, necesitamos **saber** cuál y cómo es su marca, qué características tiene, qué ventajas nos ofrece, cómo funciona, etc

**No podemos olvidarnos que nuestro consumidor nos comparará con otros productos similares a los nuestros (competencia) y para que se quede con nosotros, le tenemos que aportar algo extra.**

Es decir, cuantos más detalles sepamos, más confianza nos dará el producto.

**¿cómo puedes generar confianza a través del 3D?**

## ANIMACIÓN DE PRODUCTO 3D

El vídeo basado en animación 3D de producto (Vídeo 3D de producto), es el único servicio donde podemos “despiezar” el objeto manteniendo la profundidad del mismo para comprender cómo está fabricado o cómo funciona.

A través de los gráficos 2D postproducidos sobre la infografía 3D (el modelo 3D del producto), podemos apuntar a lugares, etiquetarlos, nombrarlos, señalarlos, etc con el objetivo de mantener al espectador atento a nuestro producto y darle la información que necesita, ésa  
CONFIANZA

¿la imagen de tu producto  
transmite **confianza**?

de nada sirve la tecnología más innovadora si no transmites  
confianza en la primera impresión

¡imagínate si estás en pleno lanzamiento!



Te estarás preguntando que esto también lo puede  
solucionar una foto,  
¿a que sí?

Sí, peeeero, sólo si existe el producto físico.

Un fotógrafo no puede fotografiar un prototipo, un plano, un  
modelo sólido diseñado en solidworks, autocad o similares.

Pero **Sí** se puede crear a través de la **infografía 3D**.

En resumen: si quieres **transmitir confianza**,  
el consumidor quiere **VER** información  
valiosa para él.

## Beneficio 2

Durante años las técnicas y tácticas que se han utilizado en  
las labores comerciales se han basado en **convencer** al  
cliente que nuestro producto es maravilloso y que lo tienen  
que comprar, pero hoy en día...

**CONVENCE**

¿Convences a tu cliente?





Hoy, en un mundo global donde gracias a internet no tenemos fronteras, ya no valen las viejas fórmulas comerciales, ahora, los usuarios y clientes potenciales **NOS BUSCAN** y ellos mismos se convencerán de que tu producto es la mejor opción, pero para eso, nuestro producto les tiene que convencer, **necesitan saber cómo les va a ayudar.**

Si además de explicar con palabras, se **ve** y se **comprende** claramente cuáles son los **beneficios** de tu producto innovador y en qué le **ayuda** a tu público, te habrás ganado la **confianza** de tu cliente

## ¿Cómo ayuda el 3D a convencer a tu cliente?

Una vez más, la calidad de imagen, los acabados realistas, las formas definidas y la presentación general correcta, eficaz, visual y atractiva, se convierte clave, que junto con la información escrita adecuada genera la SENSACIÓN de CONVENCIMIENTO

La mente del espectador piensa: me gusta, lo tiene todo y me encaja con lo que busco, **me convence.**

No solo hay que ser bueno, también hay que parecerlo, ¿te suena?



## Beneficio 3

### CONVERSIÓN

Si promocionas un producto en tu web, presta  
atención a este dato:

80%

es el porcentaje que puede aumentar la **CONVERSIÓN**  
en tu **WEB** al presentar tu producto en  
**VÍDEO**

65%

es el porcentaje de **EMPRESAS** que se ponen en contacto  
con un **NUEVO PROVEEDOR** al ver su producto en  
**VÍDEO**

la primera impresión es la que cuenta ,  
¡acuérdate!



\*Fuentes datos: HubSpot, Puromarketing

**Tras ver un vídeo, los espectadores tienen entre un 64% y un 84% más de probabilidades de comprar ese producto.**

**¡TEN PRESENTE!**

Poder **ver** el **potencial** de la **innovación** de tu producto en **movimiento** en **3D** es lo que más **garantías** aporta a la hora de **CONVERTIR**.

**¡** En el caso de **startups** con dispositivos innovadores tecnológicos, es imprescindible crear una buena imagen de impacto de su producto innovador que atraiga y convenza a los **inversores**. **!**

**ERES INNOVADOR, ¡DEMUÉSTRALO!**

**¡SIGUE LEYENDO!**

## Beneficio 4

### TOMA DE DECISIONES

Poder **visualizar** en **3D** con todo detalle los productos ayuda a que podamos **decidir mejor** sobre su **comercialización**, comportamiento o cualquier **estrategia publicitaria** o acción de **marketing** que debamos plantearnos.

### PROTOTIPOS

A veces ocurre que hasta que no fabricamos el producto no nos damos cuenta que los acabados finales no quedan bien o que sufre alguna incompatibilidad.

Para evitar esto, la solución es animar en 3D el prototipo como si estuviera fabricado, de esta manera, podemos tomar **decisiones** sobre su **aspecto**, **materiales finales** o comportamiento y **ahorrar costes** de producción, y llegado el momento de producción, hacerlo con **garantía** de que el **modelo es correcto**.

### Cuando somos el CONSUMIDOR:

Cuando **buscamos** un **producto** en internet, lo que nos empujará a **decidirnos** por un **producto** u otro, es la **confianza** (como te he explicado arriba) el producto que **mejor presentado** esté, desde su imagen hasta su puesta en escena con la información correcta será la que

**DECIDAMOS**

## Beneficio 5

### POSICIONAMIENTO

En este ebook te voy a explicar el posicionamiento desde la mente de tu cliente o consumidor.

#### Tu producto innovador

Si además de ser novedoso gracias a la innovación que has trabajado además, eres capaz de presentarlo en una **puesta en escena** que consiga **impactar** a tu consumidor, **automáticamente** tu producto se **posicionará** como **referente** en la **mente de tu cliente.**



¿Cómo conseguir que tu producto  
**IMPACTE** para **captar** a tu **cliente**?



A través de un

## VÍDEO ANIMACIÓN 3D de PRODUCTO

¿Sabes por qué?

Porque además de la indudable **espectacularidad** del **3D** para ver el producto en acción, un vídeo de animación cuenta una **historia**, (Storytelling) y una narración **estratégicamente** pensada tiene la capacidad de **empatizar** con tu **público objetivo** (buyer persona) para lograr **comprometerse** y **fidelizar** con tu marca (engagement).

El objetivo es **conectar** con el espectador (cliente potencial) consiguiendo **identificarse** para **ayudarle** a solucionar su problema o bien para crearle una **necesidad** (que el producto en cuestión solucionaría) -esto es marketing puro-.

\*previamente se analizaría el objetivo del proyecto, para eso se hace la [sesión de diagnostico gratuito](#)

El vídeo al ser un formato **fácil** de consumir, conseguiríamos crear una **conexión emocional** con el espectador despertándole la **necesidad** de adquirir el producto (Neuro marketing).





Una vez conseguido el **impacto**, para facilitarle el **acceso** al producto, contaríamos con una **llamada de acción** (call to action) para que el cliente pudiera ponerse en contacto o pudiera comprar o suscribirse (según el objetivo) porque el producto presentado es la **mejor opción** para él según su **percepción** hacia el **producto** presentado.

## ¿Cómo darle forma a todo esto?

Una vez claros los **objetivos** de cada caso, se procede a crear los **escenarios y objetos** adecuados para cada caso (producción) y se plantea el guion visual (Storyboard) con todos los objetos que compondrán las escenas.

Seguiríamos con el planteamiento de la **animática** del producto, siguiendo la narración de la **historia** y **objetivos** a **lograr** ( Destacar entre competencia, explicar funcionamientos, fidelizar a clientes, etc)

Una vez pasadas las revisiones y correcciones necesarias y tras renderizar a gran calidad todas las imágenes y postproducir todas las escenas, obtendrías tu **vídeo 3D** de **animación** de **producto** listo para posicionar tu producto **referente en la mente de tu cliente**.

## Beneficio 6

### FACILITA LA VENTA

Hasta ahora ya has visto que las VIDEO-ANIMACIONES 3D en internet destacan frente a otros formatos, posicionándote como la mejor opción, sabes que el 3D te **facilita las ventas**.

Pero quiero que tengas presente que los vídeos basados en animación 3D (vídeo 3D) , también tienen muy buena acogida en las ferias, reuniones y congresos físicos. Recuerda, estás en pleno lanzamiento.

### ¿Sabes por qué?

Cuando estas físicamente delante de clientes potenciales, para poder **reforzar** tus argumentos necesitas **recursos** para **potenciar** y **afirmar** tu **mensaje**, algo así como una **prueba** material que lo valide

**Ahí, entra en acción (otra vez) lo que entra por los ojos. La PERCEPCIÓN**

¿te das cuenta?



## Beneficio 7

### CONECTA

Las marcas saben que hoy tienen que **CONECTAR** con su público objetivo, crear marcas "*lovemarks*"

Desde los valores que trasmite tu negocio hasta la puesta en escena de tu producto estrella, el objetivo es **CONECTAR CON TU CONSUMIDOR**

Si consigues crear una **armonía** entre los valores de tu negocio y la **imagen** que **proyectas** tanto en internet como en **visitas físicas** y a eso le unes tu **producto innovador** capaz de **solucionar los problemas** de tu cliente potencial, la **conexión** la tendrás **asegurada**.

**Pero ten en cuenta esto:**

Para **CONECTAR**, hay que **EMOCIONAR** porque lo que **VENDE** es la **EMOCIÓN** y la **EMOCIÓN** que buscas es el **¡WOW, ME INTERESA!**

# "Una imagen vale más que mil palabras"

Ahora que ya sabes el significado que  
esconde esta frase,

**¿a qué esperas para que tu producto  
innovador se refleje como tal?**

seguimos en contacto...

info@amaiaelu.com



*Amaia Elu*