



• presse • news • prensa • tisk • imprensa • prasa • stampa • pers • 新闻 • npecca •

Volkswagen regalará un Polo al ganador del juego #SuperPoloMission que activará en Twitter

La marca vuelve a desafiar a sus seguidores en la red social con un juego inspirado en los videojuegos de los años 90

El reto comenzará a las 10 de la mañana del miércoles 22 de octubre

Madrid, 20 de octubre 2014 – Volkswagen reafirma su apuesta por las redes sociales con una nueva e innovadora campaña dirigida a los usuarios de la plataforma Twitter. A partir del próximo 22 de octubre, dará comienzo un juego titulado #SuperPoloMission, en el que los usuarios, mediante sus tweets, deberán ayudar al protagonista a completar su misión: llegar a casa de María (la protagonista del spot de TV). El jugador que resuelva el tweet final se llevará un Volkswagen Polo como premio.

La #SuperPoloMission se iniciará a las diez de la mañana del próximo 22 de octubre y propone a los participantes un juego virtual de pistas a través de Twitter. El objetivo del juego es lograr que el conductor de un Polo virtual complete su recorrido y acabe besando a María, protagonista de esta original y dinámica propuesta de Volkswagen.

Serán los usuarios los que vayan construyendo el camino virtual para que el Polo llegue hasta María, y lo harán a base de tweets en los que deberán resolver distintas pruebas de bonificación que se irán presentando a lo largo del recorrido. En función de los tweets que envíe cada participante, obtendrá una serie de pistas que le ayudarán a descifrar el tweet final, que esconde la frase que permitirá al conductor del Polo besar a María. A mayor participación y envío de tweets por parte de un concursante, mayores posibilidades tendrá de descifrar el tweet final y ganar el Volkswagen Polo.

Para obtener más información y registrarse en el concurso, los interesados pueden consultar la página web www.superpolomission.com, y para seguir en Twitter la evolución del juego, lo pueden hacer a través de las cuentas @VW_es y @Maria_SuperPolo.

Volkswagen en Twitter

La iniciativa #SuperPoloMission llega tras el rotundo éxito de “Ecuación Polo”, que alcanzó unos registros extraordinarios. El *hashtag* #EcuaciónPolo se mencionó 266.000 veces en Twitter, con un alcance de 30 millones de impresiones en todo el mundo. Además, con esta acción, Volkswagen España incrementó en un 36% su número de seguidores en Twitter y en un 40% el tráfico a concesionarios, mientras que la web www.ecuacionpolo.com superó las 122.000 visitas y los vídeos de la campaña en Youtube sumaron 300.000 visualizaciones.

Durante la primera mitad del presente año, Volkswagen fue la marca automovilística líder en Twitter, con un nivel de presencia diez puntos por encima de su inmediata seguidora, según el estudio realizado por la empresa de software española especializada en la medición de audiencias Social Elephants. Los datos del primer semestre de 2014 revelan que la marca consolidó un núcleo de 78.731 seguidores, con una media de 10 tweets publicados diarios que generaron 40.777 interacciones.

Enlaces de interés:

Para registrarte en #SuperPoloMission haz click [aquí](#)

Para ver el Trailer de #SuperPoloMission haz click [aquí](#)

Para más información:

**Dirección de Comunicación y Relaciones Externas
Volkswagen-Audi España**

Tel: +34 91 348 86 34

Directora de Comunicación. Eva Vicente, e-mail: eva.vicente@w-audi.es

Jefa de Prensa de Comunicación Corporativa de Volkswagen. Ana Rivas, e-mail: rivas2@vw-audi.es Tel: + 34 91 348 86 36