

Изследователски проект на BMW Group Forschung und Technik и SAP добавя стойност в услугите свързани с местоположението.

Услугите свързани с местоположението или т. нар. Location Based Services стават все по-популярни благодарение на все по-широкото разпространение на смартфоните и мобилния интернет. Съответните приложения позволяват на потребителя винаги да е информиран за оферти, услуги и събития в околността. BMW ConnectedDrive вече предлага информация селектирана според местоположението, като добавената стойност на услугата зависи в най-голяма степен от възможностите за филтриране на информацията в съответствие с нуждите и предпочитанията на клиента. В рамките на изследователския проект „Virtual marketplace of the future” специалистите на BMW Group Forschung und Technik се занимават точно с това предизвикателство.

„При нашата визия за виртуален магазин на бъдещето автомобилът трябва да представя на клиента информация и предложения, които са свързани с околността и индивидуалните му предпочитания”, разяснява д-р Йорг Пресингер, ръководител на проекта към BMW Group Forschung und Technik. За да може да се доближи по-близо до целта, през пролетта на 2012 година BMW Group Forschung und Technik стартира сътрудничество с международния производител на софтуерни продукти SAP. Целта на партньорството е разработката на технически решения, които да осигурят на водача ситуационни и персонализирани важни информации от богатия спектър от актуални предложения на базираните в околността фирми за услуги. При съвместния проект бяха разработени базови технологии за два демонстрационни приложения “parking” и „couponing” за специални предложения.

И докато SAP разработва Cloud-базирано решение за виртуален магазин, то специалистите на BMW Group Forschung und Technik се концентрираха върху прототипна система със софтуерни компоненти в автомобила и в BMW Backend, за да могат да предоставят на клиентите предлаганите данни и услуги. В изследователското BMW Серия 7 водачът може да персонализира изборът от услуги и предложения. Въз основа на актуалните данни на автомобила се прави прогноза за нуждите на водача по време на пътуване. Така например при доближаване до целта на пътуването, въведена в навигационната система, се изпраща запитване към Backend-системата за наличните паркоместа. За тази цел анонимно се изисква информация от платформата на SAP за актуалната натовареност на паркингите и цените. Системата на BMW избира подходящите възможности за паркиране, като взема под внимание зададената от клиента конфигурация на приложението. Приложението в автомобила представя на водача препоръките за паркиране и позволява предпочетеното паркоместо да бъде въведено като цел в навигационната система.

Съвместният изследователски проект е в основата на постигането на още по-висок комфорт при пътуване. Неговите резултати позволят в бъдеще навигационната система освен най-бързия маршрут да открива и



бензиностанции със специални предложения, паркоместата с най-добро съотношение цена/ качество, както и да препоръча актуалните оферти в спортните магазини по маршрута – но само ако клиентът желае това.

BMW Group България Корпоративни комуникации

Христина Пейчева

Мениджър Корпоративни комуникации BMW Group България

T: +359 2 80 60 733, F: +359 2 80 60 710

Прес портал: <https://www.press.bmwgroup.com/bg.html>E-mail: Hristina.Peycheva@bmwgroup.com

--

BMW Group

BMW Group е най-успешният премиум производител на автомобили и мотоциклети в света със своите марки BMW, MINI и Rolls-Royce. Като световна компания BMW Group управлява 28 предприятия за производство и сглобяване в 13 държави и има мрежа за продажби в над 140 държави.

През финансовата 2012 г. BMW Group е реализирала 1,85 млн. автомобили и над 117 000 мотоциклета по света. Печалбата преди облагане с данъци за 2012 г. е 7.82 млрд. евро при приходи от 78,85 млрд. евро. Към 31 декември 2012 г. работната сила на BMW Group възлиза на приблизително 105 876 служители.

Успехът на BMW винаги се е градил на дългосрочно мислене и отговорни действия. По тази причина компанията е изградила екологична и социална устойчивост по цялата верига, пълна отговорност за продуктите и ясен ангажимент за опазване на околната среда като неделима част от стратегията си.

www.bmwgroup.comFacebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>www.bmw.bg; www.mini.bgFacebook: <http://www.facebook.com/BMWBulgaria>;www.facebook.com/MINIBulgariaYou Tube: <http://www.youtube.com/BMWBulgaria>;<http://www.youtube.com/MINIBulgaria>Twitter: <http://twitter.com/BMWBulgaria>