



BMW i testuje vylepšený produktový vizualizér rozšířené reality. Využívá technologii Tango pro chytré telefony od společnosti Google.

Unikátní interaktivní zážitek, navržený a sestavený společností Accenture
3D objekty je možné zobrazovat a prohlížet v jejich reálné velikosti
Barvu a výbavu vozů lze okamžitě nakonfigurovat
Inovativní nová technologie bude k dispozici ve vybraných prodejnách

Mnichov. Společnost BMW i je první automobilovou značkou na světě, která v pilotním programu, spuštěném dnešním dnem, svým zákazníkům zprostředkuje rozšířenou interaktivní 3D realitu nabízených produktů. Pomocí technologie Tango, zdokonalené 3D technologie pro chytré telefony společnosti Google, mohou zákazníci značky BMW i interaktivně prohlížet konfigurované modely BMW i3 a i8 v jejich skutečné velikosti.

„Naše vozy jsou plné emocí, a abyste tyto emoce zažili, musíte mít možnost si vozy skutečně prohlédnout,“ řekl Andrea Castronovo, viceprezident BMW Group pro prodejní strategie a budoucí prodeje. „V situacích, kdy navolený model není na prodejně k dispozici, je vizualizace další skvělou možností,“ dodává Andrea Castronovo.

Pilotní program bude nejprve fungovat ve více než deseti prodejnách, kde budou vybraní prodejci vybaveni mobilními zařízeními podporujícími technologii Tango. Pomocí tohoto vybavení budou moci zákazníkům nabídnout vizualizaci a následnou prohlídku produktů BMW i, a to prostřednictvím rozšířené virtuální reality vytvářející 3D obrazy, které lze interaktivně prohlížet: zákazník tak může otevřít víko zavazadlového prostoru nebo dveře a dokonce „nastoupit“ dovnitř, aby si mohl lépe prohlédnout interiér vozu. Eric Johnsen, šéf oddělení Business Development for Augmented Reality společnosti Google, uvedl: „Výjimečnou vlastností technologie Tango je skutečnost, že chápe kontext prostoru. Takže například kola se skutečně dotýkají země a zákazník tak má z celého zážitku daleko realističtější dojem.“

Vytvářené obrazy jsou extrémně realistické. „Při našich prvotních testech jsme sledovali, jak se lidé při snaze nastoupit do vozu krčili, jako by tam



skutečně byla střecha, o níž se mohli udeřit do hlavy," vzpomíná Andrea Castronovo. „To jsou přesně ty detaily, díky nimž tato technologie zákazníkům nabízí skutečnou přidanou hodnotu.“

BMW i je první automobilovou značkou, jež používá technologii Tango, umožňující zákazníkům tento interaktivní zážitek. „BMW i je v rámci společnosti BMW Group průkopníkem inovací, takže se na uvedení tohoto nového druhu obchodního a prodejního nástroje dobře hodí," vysvětluje Stefan Biermann, šéf oddělení Innovations Sales společnosti BMW i. Aplikace BMW i Visualiser je nejnovější inovací programu Future Sales v rámci BMW Group, který započal asi před třemi lety a změnil zážitky zákazníků při nákupu vozu. Množství významných prvků Future Sales, jako jsou například prodejní experti Product Genius nebo virtuální zobrazení produktu Virtual Product Presenter, stanovilo v tomto odvětví zcela nové standardy.

Vizualizér BMW i byl navržen a naprogramován společností Accenture, která integrovala obrazová data automobilů BMW i do aplikace využívající technologie Tango. Zákazníkům nabízí nový a interaktivní způsob, jak si vůz prostřednictvím funkcí, jež umožňují například otevřít dveře nebo rozsvítit světlomety, podrobně prohlédnout. V zájmu zachování maximální intuitivnosti a jednoduchosti je aplikace namísto konfigurátoru vizualizérem, kde funkce, jako změnu barvy exteriéru a interiéru či designu kol, lze měnit dotykem na displeji. Jakmile je vizualizace dokončena, zákazník si může konfiguraci uložit a sdílet ji s ostatními, včetně prodejen BMW i, přes sociální sítě, e-mail nebo QR kód.

Jakmile bude zkušební program úspěšně dokončen, je v plánu aplikaci nabídnout v obchodě Google Play. Tam si ji zákazníci se zařízeními podporujícími technologii Tango budou moci stáhnout a používat kdykoliv a kdekoliv. „Věříme, že během několika málo let bude většina prémiových zařízení Android vybavena technologií Tango," řekl Eric Johnsen. „Rozšířená virtuální realita má pro prodeje obrovský potenciál a my jsme teprve na začátku," doplnil.

„Náš průzkum ukazuje, že zákazníci při výběru automobilu hledají širší využití technologií, jako je rozšířená virtuální realita," uvedla Christina Raab, ředitelka oddělení automotive společnosti Accenture. „Využití technologie Tango a její propojení s prodejny BMW i a již existujícími konfiguračními nástroji napomáhají vytvářet celistvý, vícero smysly vnímaný zážitek, jaký zákazníci hledají.“



Kontakt

David Haidinger, Corporate Communications Manager, BMW Group Česká republika
Telefon: +420 739 601 171; e-mail: david.haidinger@bmwgroup.com
BMW PressClub CZ: www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/cz/startpage.htm
Internet: www.bmw.cz; Facebook CZ: <https://www.facebook.com/BMW.Ceska.Republika>

BMW Group

BMW Group je se svými značkami BMW, MINI a Rolls-Royce vedoucím výrobcem prémiových automobilů a motocyklů, stejně tak jako poskytovatelem prémiových finančních produktů a služeb mobility. BMW Group je globální společností s 30 výrobními a montážními závody ve 14 zemích a celosvětovou prodejní sítí se zastoupením ve více než 140 zemích.

V roce 2015 společnost BMW Group prodala po celém světě přibližně 2,247 milionu automobilů a 137 tisíc motocyklů. Zisk před zdaněním ve finančním roce 2015 činil 9,22 miliardy Euro, příjmy dosáhly 92,18 miliardy Euro. K 31. prosinci 2015 pracovalo pro BMW Group 122 244 zaměstnanců.

Úspěchy společnosti BMW Group se vždy opíraly o dlouhodobé strategie a odpovědnost. Celý hodnotový a výrobní proces je zaměřen na ekologickou a sociální udržitelnost, k životnímu prostředí odpovědné produkty a jednoznačné zaměření na ochranu zdrojů. To vše je pevnou součástí celkového přístupu.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>
Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>
Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>