



Mezinárodní reklamní kampaň na nové BMW řady 5 Sedan vstupuje do závěrečné etapy. V televizní reklamě a online filmu hraje Scott Eastwood.

Mnichov. BMW vstupuje do závěrečné fáze mezinárodní komunikační kampaně na nové BMW řady 5. Nová generace tohoto vozu díky jízdní dynamice, nabídce asistenčních systémů a intuitivnímu ovládání vnáší do automobilového světa zcela nové standardy.

Současná komunikační kampaň je tvořena ze široké palety aktivit, probíhajících již před samotným uvedením vozu na trh. Zaměřuje se přitom zejména na digitální kanály. Zdůrazňuje průkopnickou pozici BMW řady 5 v otázce konektivity a digitalizace. Už pár úvodních příspěvků z aktuální kampaně přineslo více než 18 milionů kontaktů na Facebooku a přes 24 milionů na Instagramu.

Další součástí kampaně je znovuzrození filmové série The Hire na BMWFilms.com. Po 15leté přestávce se nejčerstvějším přírůstkem stal titul The Escape z dílny na Oscara nominovaného režiséra Neilla Blomkampa. Tento online film zachycuje akční scény s novým BMW řady 5, za jehož volant se opět posadil kultovní Clive Owen. Krátce po uvedení si novinku na YouTube prohlédlo více než 5,5 milionu fanoušků.

V nedigitálním světě zase akce na představení novinky za „zavřenými dveřmi“ ve více než 70 městech po celém světě přilákaly přes 70 000 návštěvníků, kteří design a technické prvky nového business sedanu poznali na vlastní oči.

Komunikační kampaň nyní vstupuje do rozhodující fáze. Nové BMW řady 5 Sedan přináší vzrušení z nevidaných možností konektivity a jízdní dynamiky. Kampaň se soustředí na inovace, dynamiku, business třídu a radost z jízdy. Klíčovou součástí kampaně je herec Scott Eastwood. Scott je ztělesněním svěží mladé energie, přičemž jeho ambicióznost a dynamika dokonale ladí s novým BMW řady 5.

V televizních reklamách projevuje BMW řady 5 houževnatou osobnost tím, že následuje svou zvolenou životní cestu. Automobil i jeho řidič se vytrvale ženou vpřed za jasnou vidinou svého cíle. Poselství těchto reklam doplňuje zmínka o plug-in hybridní verzi, jejím udržitelném charakteru a technologiích.



„Ústřední poselství našich reklam je jasné: úspěch si třeba zasloužit. Nikdy neusínejte na vavřínech,“ vysvětluje Hildegard Wortmann, ředitelka značky BMW. „To platí stejně pro nové BMW řady 5, jakož i pro Scotta Eastwooda. Zároveň je to jedním z důvodů, proč se k sobě tak skvěle hodí.“

Kampaň bude po adaptacích nasazena ve více než 40 zemích po celém světě.

Slova z televizního spotu:

„Život mě naučil, že úspěch vyžaduje tvrdou práci. Jinak to nejde. Vždy mě jasnou představu. Uvědom si, že načasování je klíčové. Buď ochoten posouvat své hranice. Hýbej se vpřed. Důvěřuj technologiím, které tě podporují. Buď si jistý, že máš stále vše pod kontrolou. A pamatuj, tvůj největší soupeř jsi ty sám.“

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 31 výrobními a montážními závody ve 14 zemích a celosvětovou prodejní sítí se zastoupením ve více než 140 zemích.

V roce 2016 společnost BMW Group prodala po celém světě přibližně 2,367 milionu automobilů a 145 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