

Tisková informace

15. ledna 2021

Nová prodejní a marketingová strategie: BMW Group vidí rok 2021 optimisticky poté, co v posledním čtvrtletí loňského roku dosáhla prodejního rekordu

- Pieter Nota: Očekává se vysoká poptávka a růst zisku
- O více než 50 procent vyšší zisky: elektromobilita jako významná hnací síla růstu
- Plány na zdvojnásobení prodeje čistě elektrických vozidel
- Každoroční investice stovek milionů eur až do roku 2025 v oblasti digitalizace a prodeje a marketingu vytvářejí základ pro nejlepší zákaznický zážitek
- Digitální poprodejní vylepšení budou hlavní hnací silou vysoce ziskového obchodu s volitelnou výbavou
- Výkonnostní marketing pro personalizovaný, cílený přístup k zákazníkovi
- Zákazníci dostanou na míru připravené nabídky se všemi produkty a službami z jediného zdroje
- Maloobchodní partneři hrají klíčovou roli v místě prodeje a při poskytování služeb

Mnichov. Poté, co BMW Group dosáhla v posledním čtvrtletí roku 2020 historicky nejvyšších prodejů, je ohledně aktuálního roku optimistická. Společnost v úzké spolupráci se svými maloobchodními partnery mění svou divizi prodeje a marketingu s cílem nabídnout nejlepší prémiový zákaznický zážitek v daném oboru.

„Ohledně roku 2021 jsme optimističtí a těšíme se na obnovení našeho nárůstu zisku díky vysoké poptávce po naší nové modelové řadě“, řekl **Pieter Nota**, člen představenstva společnosti BMW AG odpovědný za zákazníky, značky a prodej. „V roce 2021 chceme zvýšit prodeje našich elektrifikovaných vozidel o více než polovinu. Tento plán podtrhuje důležitost elektromobility jakožto hlavní hnací síly naší společnosti,“ pokračoval Nota. Cílem společnosti je také letos zdvojnásobit prodej čistě elektrických vozidel. Po loňském představení elektrických modelů MINI* a BMW iX3* odstartuje v roce 2021 výroba elektrického BMW iX v Dingolfingu a BMW i4 v Mnichově. BMW Group nyní zvýšila počet nabízených elektrifikovaných vozidel (plně elektrických a plug-in hybridních) na 13 modelů, které jsou dostupné na 74 trzích po celém světě. BMW Group plánuje do roku 2023 prakticky zdvojnásobit počet nabízených elektrifikovaných vozidel na 25, přičemž více než polovina z nich bude čistě elektrických.

Prodejní kanály se v roce 2020 rychle a systematicky přizpůsobily. Zákazníci budou mít možnost si konfigurovaná vozidla koupit zcela online

BMW Group v loňském roce pokročila v digitalizaci svého prodeje a marketingu, částečně v reakci na pandemii koronaviru a přání zákazníků, aby byl proces prodeje co nejvíce bezkontaktní: obchodní zástupci na více než 60 trzích jsou nyní schopni zákazníkům radit a vozidla prodávat odkudkoliv. Prostřednictvím sdílené obrazovky mohou například společně se zákazníky vozidla nakonfigurovat, nebo je vzít na virtuální prohlídku skladových vozidel.

Druhým úkolem pro společnost byla potřeba přesunout prodejní proces pro naše partnery na klíčových trzích z větší části na online platformu. Na ostatních trzích bude tento přístup zaveden v roce 2021.

V rámci nové prodejní strategie BMW Group plánuje se svými maloobchodními partnery zákazníkům v budoucnu umožnit nákup individuálně konfigurovaného vozidla zcela online a nechat si ho dodat až ke vchodovým dveřím. Tím vznikne kompletní online zákaznická cesta: od konfigurace po objednání a po celou dobu užívání. To zákazníkům umožní zažít na míru přizpůsobené produkty a služby BMW Group tím nejlepším možným způsobem.

Majitelé elektromobilů si také mohou individuálně konfigurovat produkty a služby od BMW Charging a MINI Charging, aby si tak vytvořili řešení nabíjení šitá na míru jejich potřebám pro nabíjení doma nebo na cestách.

Roční investice ve výši stovek milionů eur až do roku 2025 v oblasti digitalizace prodeje a marketingu

Do digitalizace prodeje a marketingu budeme do roku 2025 každoročně investovat stovky milionů eur a spolupracujeme s našimi maloobchodními partnery, abychom do budoucna nabídli nejlepší zákaznický zážitek v oboru,“ uvedl Nota. „Pokud se zákazníci rozhodnou s námi sdílet svá data, díky digitalizovaným procesům můžeme lépe než kdykoliv předtím poznat jejich přání a preference. Víme, o které produkty nebo služby by se mohli zajímat. Toto nám jako základ šetří čas a umožňuje poskytnout zákazníkům individuální nabídku, včetně všech funkcí a služeb z jednoho zdroje,“ pokračoval Nota.

Digitální poprodejní úpravy v budoucnu podstatně přispějí k vysoce rentabilnímu obchodu s volitelnou výbavou

BMW Group chce také významně rozšířit nabídku prvků výbavy dostupných v podobě digitálních poprodejních úprav. Zákazníci si tak budou moci vozidla snáze dovybavit volitelnou výbavou splňující jejich přání a potřeby individuální mobility.

Zákazníci si rovněž budou moci aktivovat další prvky výbavy, jako jsou asistenční systémy, vybrané světelné a zvukové pakety nebo dokonce nastavení podvozku. Tyto funkce jsou nabízeny také na omezenou dobu – ve prospěch zákazníků, kteří mají svá vozidla na leasing nebo si je pronajímají a jezdí s nimi pouze určitou dobu.

Společnost očekává, že podíl prvků výbavy dostupných jako poprodejní vylepšení bude v budoucnu představovat významné procento jejího vysoce rentabilního obchodu v oblasti volitelné výbavy.

O tom, jak se data použijí, rozhodují zákazníci

Vysoký standard, který zákazníci od produktů a služeb BMW Group očekávají, je měřítkem také pro zpracování jejich dat. Zákazníci se sami rozhodnou, zda BMW Group zpřístupní osobní údaje, aby tak mohla zlepšovat jejich zkušenosti se svými produkty a službami.

Osobní BMW ID (identifikační číslo), které zákazníci používají pro přístup do celého digitálního ekosystému BMW Group, stejně jako k novým aplikacím My BMW a MINI, slouží jako rozhraní pro individualizovaný zákaznický dialog a již umožňuje mnoho nových funkcí – od používání chytrého telefonu jako klíč od auta po integraci Amazon Alexa.

Nový model marketingové agentury „THE MARCOM ENGINE“ umožňuje implementaci nové marketingové strategie

Nový model používání marketingových agentur „THE MARCOM ENGINE“ vytváří základ pro budoucí osobní a cílený zákaznický přístup značek BMW a MINI. BMW Group za tímto účelem reorganizovala prostředí marketingových agentur v Evropě. Místo více než 80 regionálně působících partnerů se společnost při implementaci nového marketingového konceptu soustředí na dvě vrcholné agentury, jejichž portfolia se dokonale doplňují.

Zákazníci mohou nový prodejní a marketingový přístup poprvé zažít při představením BMW iX a BMW i4

Zákazníci novu prodejní a marketingovou strategii BMW Group poprvé zažijí při představení nových modelů BMW iX a BMW i4. Zákazníci BMW a MINI budou moci využívat neustále se rozšiřující nabídky dalších výbavových prvků, dostupných v podobě digitálních poprodejních vylepšení a také přirozeného a zejména na zákazníka orientovaného procesu konfigurace s individuálně přizpůsobenými možnostmi.

Zákazníci oceňují prémiové služby v oblasti údržby a oprav

BMW Group spolupracuje se svými maloobchodními partnery rovněž na dalším zlepšení nabídky v oblasti služeb a údržby vozidel zákazníků. V průměru přibližně 15 milionů zákazníků ročně spoléhá na servis u ne méně než 3527 BMW a 1650 MINI maloobchodních partnerů po celém světě, což zdůrazňuje důležitost této nabídky.

Aby společnost urychlila nástup elektromobility, vyškolila ve svých německých prodejnách již více než 2000 zaměstnanců v oblasti bezpečného používání systémů vysokého napětí prostřednictvím speciálního odborného školení a programů dalšího vzdělávání.

Společnost bude i nadále rozšiřovat nabídku svých produktů, například prostřednictvím vzdálené diagnostiky. Jedním z aspektů je rozšíření naší produktové nabídky, třeba diagnostikou na dálku. Pokud v budoucnu vozidlo na svém displeji zobrazí chybovou hlášku, zákazník bude moci jednoduše zavolat svému BMW partnerovi přímo z vozidla. Pokud zákazník bude souhlasit, data z vozidla se na dálku stáhnou a servisní pracovník může provést vzdálenou diagnostiku. Jestliže je třeba vozidlo přivést do servisu, lze si jednoduše sjednat termín na vyhovující čas.

Žádná prémiovost bez udržitelnosti – také pro prodej a marketing

Víra BMW Group, že neexistuje „žádná prémiovost bez udržitelnosti“, platí i pro divizi prodeje a marketingu. Společnost již dnes pomáhá zákazníkům přijímat vhodná a udržitelná rozhodnutí o produktech a hnacích ústrojích. To přispívá k vysokým prodejům elektrifikovaných vozidel, což vedlo k tomu, že BMW Group dokázala v roce 2020 překonat cíle EU v oblasti CO₂. BMW Group také školí zaměstnance a maloobchodní partnery, aby se stali ambasadory jejich ambicí udržitelnosti. Kromě toho prodejní organizace propaguje témata, jako je recyklace a použití druhotného materiálu.

Další informace o nové prodejní strategii BMW Group najdete v následujícím rozhovoru s Pieterem Notou na našem blogu BMW Group.

<https://www.bmwgroup.com/en/company/bmw-group-news.html>

Kontakt

David Haidinger, Corporate Communications Manager, BMW Czech Republic

Telefon: +420 739 601 171; e-mail: david.haidinger@bmwgroup.com

BMW PressClub CZ: www.press.bmwgroup.com/pressclub/pl/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 v 15 zemích a celosvětovou prodejní sítí se zastoupením ve více než 140 zemích.

V roce 2020 společnost BMW Group prodala po celém světě více než 2,3 milionu osobních vozů a více než 169 000 motocyklů. Zisk před zdaněním ve finančním roce 2019 činil 7,118 miliardy Euro, příjmy dosáhly 104,210 miliardy Euro. K 31. prosinci 2019 pracovalo pro BMW Group 126 016 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>