

Informace pro média

22. listopadu 2021

Black Week 2021: Atraktivní nabídky BMW Group na digitální produkty, služby a vybrané funkce vozidel.

- Kampaň probíhá od 24. do 30. listopadu na 18 trzích včetně České republiky, Německa, Francie a Japonska
- Black Week je nejúspěšnější online prodejní kampaní BMW Group od roku 2017, kdy se konala poprvé
- V roce 2020 se prodeje v rámci kampaně v tomto týdnu zvýšily o 57 % ve srovnání s předchozím rokem

Mnichov. Akce, na kterou zákazníci BMW čekali: kampaň Black Week se letos opět vrací, a to od 24. do 30. listopadu. V tomto období bude 18 trhů BMW Group, včetně České republiky, nabízet slevy na digitální služby a vybrané funkce vozidel. Od roku 2017, kdy se akce Black Week konala poprvé, zaznamenala obrovský úspěch a je hodnocena jako nejúspěšnější online prodejní kampaň BMW Group. V roce 2020 se prodeje v rámci týdenní kampaně zvýšily o 57 % ve srovnání s předchozím rokem. Prodejní nárůst, který přinesl Black Week, představoval 8 procent celkového prodeje digitálních produktů a služeb za rok 2020. Během těchto sedmi dnů bylo zákazníky BMW realizováno celkem 22 000 dodatečných prodejů. Nejvíce se prodával produkt BMW Service Inclusive, paket Connected Booster a volitelná výbava asistent dálkových světél.

Země, které se letos kampaně účastní, jsou Německo, Velká Británie, Švýcarsko, Nizozemsko, Španělsko, Francie, Itálie, Polsko, Belgie, Švédsko, Rakousko, Norsko, Portugalsko, Česká republika, Japonsko, Dánsko, Finsko a Lucembursko. V závislosti na zemi budou moci zákazníci využít cenové slevy až do výše 30 % na digitální služby, které lze objednávat i po zakoupení vozidla. Nabídky obsahují oblíbený paket Connected Booster, jehož součástí je mnoho služeb, mezi nimiž je také Apple Car Play®, jež do vozu integruje funkce telefonu iPhone.

Letošní novinkou je sleva až 30 % na oblíbenou službu BMW Service Inclusive, která je k dispozici na devíti trzích. Zákazníci zaplatí jednu pevnou částku a mají nárok na všechny servisní služby v rámci konkrétního balíčku po dobu krytí například pěti let nebo do ujetí 100 000 km.

Black Week je důležitou součástí důsledné strategie digitalizace, kterou BMW Group využívá, aby svým zákazníkům nabídla řadu užitečných funkcí, které lze do vozidla přidat i po jeho zakoupení. Všichni řidiči BMW si tak mohou přizpůsobit vůz svým specifickým potřebám a doplnit tak svůj život chytrými inovacemi.

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/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 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 2020 činil 5,222 miliardy Euro, příjmy dosáhly 98 990 miliardy Euro. K 31. prosinci 2020 pracovalo pro BMW Group 120 726 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>