

Communiqué de presse n°1913
24 février 2015

BMW est le premier constructeur automobile premium qui conseille et accompagne ses visiteurs en temps réel sur bmw.fr.

BMW propose aux visiteurs de son site bmw.fr de recevoir des conseils d'experts en direct grâce à un accompagnement par Click to Call (pour tous les modèles BMW et BMW i) et Click to Chat (pour les modèles BMW i).

La plupart des futurs propriétaires d'un véhicule préparent leur achat sur Internet. BMW a intégré cette tendance de consommation et propose aux visiteurs du site bmw.fr une nouvelle approche de la relation client: « Cette recherche de développement s'inscrit dans notre quête d'innovation, à la fois en concession mais aussi sur le digital pour conseiller au mieux nos clients et nos prospects. » évoque Pierre Jalady, Directeur Marketing de BMW France.

Pour tous les modèles BMW et BMW i, le site bmw.fr propose un rappel automatique par un conseiller via l'application **Click to Call** d'iAdvize.

Pour les modèles BMW i, l'application **Click to Chat** permet en outre de dialoguer immédiatement par messagerie instantanée avec un expert BMW i, solliciter des conseils sur l'automobile électrique et être accompagnés en temps réel dans leur navigation ou la configuration des BMW i3 et BMW i8.

La technologie repose sur une analyse dynamique de la navigation de l'internaute qui se voit proposer, en fonction de ses préférences, une invitation à échanger avec un conseiller par chat, par téléphone ou à faire une demande d'essai.

En choisissant iAdvize, société française leader sur le marché, BMW se munit d'une solution performante et premium à l'image de ses voitures. La marque adopte ainsi une démarche innovante et pro-active dans l'approche de ses clients et prospects et devient le premier constructeur automobile premium à faire le pari de l'e-relation client. BMW est également heureux d'intégrer à sa stratégie digitale une start up française prometteuse comme iAdvize.

Pour plus d'informations, veuillez vous adresser à :

BMW France

Olivier Wodetzki
Communication Technologies
Tél : +33 (0)1 30 43 92 75
Email : olivier.wodetzki@bmw.fr

Jean-Michel Juchet
Directeur de la Communication
Tél: +33 (0)1 30 43 94 34
E-mail : jean-michel.juchet@bmw.fr

iAdvize

Maxime Baumard
Tél +33 (0)2 85 52 16 20
Email : maxime@iadvize.com

Chloé Devez
Tél : +33 (0)2 85 52 68 09
Email : chloe.devez@iadvize.com

Communiqué de presse

Date 17 février 2015

Objet

Page 2

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre PRA international) et Miramas (centre d'essais techniques international). BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution environ 5.000 salariés en France. En 2014, BMW Group France a immatriculé 65.972 automobiles des marques BMW et MINI et 11.638 motos. Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers et fournisseurs français se chiffre en milliards d'Euro. Parmi eux, citons Dassault Systèmes, Faurecia, Michelin, Plastic Omnium, St Gobain, Valeo. La coopération avec PSA sur les moteurs 1,6 l est un grand succès. Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et a introduit les révolutionnaires BMW i3 et BMW i8.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des institutions et associations culturelles de renom, telles que le Centre Pompidou, le musée Nicéphore Niépce, l'Orchestre de Paris, l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie. Depuis 28 ans, BMW Group France finance des projets d'utilité publique par le biais de sa Fondation placée sous l'égide de la Fondation de France : actuellement la prévention routière pour les jeunes conducteurs. L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi avec ses partenariats dans le sport français : Fédération Française de Golf (FFG), Comité National Olympique du Sport Français (CNOSF) et depuis le 1er janvier 2013, la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI et Rolls-Royce, est le premier constructeur d'automobiles et de motos Premium au monde, fournissant également des services dans les domaines de la finance et de la mobilité. Entreprise de dimension mondiale, BMW Group exploite 30 sites de production et d'assemblage implantés dans 14 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2014, les ventes réalisées par BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2,118 millions d'automobiles et 123 000 motos. L'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 7,91 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 76,06 milliards d'euros pour l'exercice financier 2013. Au 31 décembre 2013, les effectifs de BMW Group étaient de 110 351 salariés.

De tout temps, le succès de BMW Group s'est construit sur une action responsable, axée sur le long terme. Tout au long de la chaîne de création de valeur, la stratégie de développement de l'entreprise se fonde sur la durabilité écologique et sociale, la pleine et entière responsabilité du constructeur vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.

<http://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/>

A propos d'iAdvize

Créé en 2010, iAdvize (www.iadvize.com) est un outil de relation client en ligne instantanée (Click to Chat, Click to Call, Click to Video), associé à un moteur de ciblage comportemental. En remettant de l'humain dans le commerce en ligne, l'outil permet d'accroître le taux de conversion et d'optimiser la fidélisation et la satisfaction client. Plus de 1000 sociétés en Europe font confiance à iAdvize. Ecommerce, tourisme, assurance, finance, iAdvize collabore notamment avec Fnac.com, cDiscount, Numéricable, Amaguiz, La Poste, Air France, Banque populaire ou encore Pôle Emploi.