



Δελτίο Τύπου
29 Σεπτεμβρίου 2017

“On a Mission”: Η BMW X3 ταξιδεύει στον Άρη.
Παγκόσμια, καινοτόμα καμπάνια για τη νέα BMW X3 που
χρησιμοποιεί την εικονική πραγματικότητα για να αποτυπώσει
το πάθος και την αφοσίωση.

Μόναχο. Η νέα BMW X3 θα κυκλοφορήσει το Νοέμβριο, λίγο μετά την παγκόσμια πρεμιέρα της στη Διεθνή Έκθεση Αυτοκινήτου της Φρανκφούρτης (IAA). Μία εκτενής καμπάνια με τίτλο “On a Mission” θα συνοδεύει το λανσάρισμα του επιτυχημένου μοντέλου. Από τα αξιοσημείωτα της καμπάνιας θα είναι ένα συναρπαστικό, τηλεοπτικό σποτ με αθλητές extreme sports και ένα εικονικό test drive 360° στον Άρη, ως συνέχεια της καμπάνιας σε ψηφιακά κανάλια.

Η καμπάνια “On a Mission” παρουσιάζει τον απελευθερωμένο και ανεξάρτητο χαρακτήρα της BMW X3 που είναι πάντα έτοιμη να καταρρίπτει τα όρια. Το θέμα του ‘τολμώ εκτός της πεπατημένης’ και ‘ανακαλύπτω νέους ορίζοντες’ υπογραμμίζεται από τον off-road χαρακτήρα του SAV και τις επαναστατικές καινοτομίες του. Βασική ιδέα είναι το πάθος που μετουσιώνει μία ενασχόληση ή ένα χόμπι σε αποστολή. Αυτή η έμφαση στο συναίσθημα είναι κοινό χαρακτηριστικό σε όλη την καμπάνια: Η BMW τιμά τους ανθρώπους που κυνηγούν τα όνειρά τους με ασίγηστο πάθος – αφοσιωμένοι σε μία αποστολή.

Το “On a Mission” υμνεί το πάθος για τη ζωή, την εσωτερική παρόρμηση και την αληθινή αφοσίωση. Η BMW X3 φέρνει αυτή τη δυναμική αίσθηση στον κόσμο του αυτοκινήτου και εγγυάται μία συναρπαστική οδηγική εμπειρία, ανεξάρτητα πού σε οδηγεί το πάθος σου” εξηγεί η Hildegard Wortmann, Ανώτερη Αντιπρόεδρος, της Μάρκας BMW.

Από την ιδέα στα πολυμέσα: Μεγάλα δεδομένα υποστηρίζουν τη δημιουργία της καμπάνιας.

Η δημιουργία της καμπάνιας ξεκίνησε με μία ευρείας κλίμακας, διεπιστημονική ανάλυση μεγάλων δεδομένων, για τη συγκέντρωση και αξιολόγηση πληροφοριών από διαφορετικές ομάδες αγοραστών της BMW X3. Μέσα από αυτή την ανάλυση, δόθηκε η ευκαιρία στη BMW να μελετήσει τα ενδιαφέροντα και τη χρήση πολυμέσων των μελλοντικών πελατών της, ήδη από τη δημιουργική φάση της καμπάνιας. Σαν αποτέλεσμα, η καμπάνια της BMW X3 προσφέρει εξαιρετικά σχετικό περιεχόμενο που προσελκύσει έναν νεανικό και δυναμικό ψηφιακό κοινό και ταιριάζει τέλεια στην καθημερινή του πραγματικότητα. Ωστόσο, η παρουσίαση μέσα από τα κατάλληλα κανάλια είναι εξίσου σημαντική με το περιεχόμενο. Γι’ αυτό, τα social media και η διαδικτυακή παρουσία της μάρκας θα είναι προτεραιότητα για το “On a Mission”.



Αποστολή στον Άρη.

Το αποκορύφωμα της καμπάνιας επικοινωνίας είναι αναμφίβολα ένα μοναδικό test drive: Με τη συμβολή της εικονικής πραγματικότητας (VR), η BMW X3 προσφέρει στους πελάτες και φίλους της το παγκοσμίως πρώτο test drive στο συναρπαστικό σκηνικό του Άρη – κυριολεκτικά καταρρίπτοντας τα σύνορα. Θεαματικές εικόνες και διεγερτικοί ήχοι μεταμορφώνουν το ταξίδι στον Άρη σε μία διαδραστική εμπειρία. Κατά τη διάρκεια του εικονικού ταξιδιού σε ένα ατμοσφαιρικό και συνεχώς μεταβαλλόμενο τοπίο του πλανήτη – που θυμίζει Χολιγουντιανή ταινία – διαφορετικά χαρακτηριστικά της BMW X3 αναδεικνύονται μέσω του “BMW Personal Co-Pilot”.

Οι χρήστες μπορούν να απολαύσουν της εμπειρία των 360° σε συνήθη smartphone της αγοράς, μέσω YouTube ή χρησιμοποιώντας VR γυαλιά, ενώ θα ενσωματωθεί και στα διαδικτυακά κανάλια της μάρκας BMW. Η αποστολή στον Άρη θα προβάλλεται επίσης στα καταστήματα επίλεκτων εμπόρων και υποκαταστήματα BMW ενώ θα ενσωματωθεί και στις εκδηλώσεις και επικοινωνίες της μάρκας και με τη βοήθεια του Google Cardboard.

«Με την αποστολή στον Άρη της BMW X3 για μία φορά ακόμα προσφέρουμε στους πελάτες και τους φίλους μας μία μοναδική εμπειρία – κάτι εντελώς νέο, που δεν έχουν ξαναδεί στο παρελθόν», σχολιάζει ο Uwe Dreher, Υπεύθυνος Επικοινωνίας Μαρκών BMW, BMW i, BMW M. «Για μένα, έτσι πρέπει να είναι το marketing: αναπάντεχο, μοντέρνο με ψυχαγωγικό χαρακτήρα».

www.missiontomars.bmw

Τηλεοπτικό σποτ και καμπάνια λανσαρίσματος με αληθινούς αθλητές extreme sports.

Στο τηλεοπτικό διαφημιστικό οι πρωταγωνιστές ζουν για την αποστολή τους: Η BMW X3 συνοδεύει το Σουηδό Freddie Meadows καθώς σερφάρει στον πάγο της Αρκτικής. Ο παράτολμος ποδηλάτης Martin Söderström ακροβατεί σε πετρώδεις κορυφογραμμές. Οι λάτρες της ορειβασίας Fatima Gil and Vicky Vega αιωρούνται σε γκρεμούς. Το συναρπαστικό, φυσικό τοπίο αναδεικνύει τον off-road χαρακτήρα και τις δυναμικές επιδόσεις της νέας BMW X3. Και το τηλεοπτικό σποτ όπου εμφανίζονται μόνον αληθινοί αθλητές extreme sports, όχι ηθοποιοί, υπογραμμίζει την αυθεντικότητα και το πάθος του δυναμικού SAV.

Το βίντεο λανσαρίσματος, που πρωτίστως θα χρησιμοποιείται για τις online επικοινωνίες, παρουσιάζει το φωτογράφο Pablo Durana σε μία διαδρομή στις Χιλιανές Άνδεις με τον extreme mountain-biker Trond Hansen. Εκτός από την προβολή πολλών στοιχείων της νέας BMW X3, το παρών δίνει και το SPECIALIZED for BMW Turbo Levo FSR 6Fattie mountain bike, ένα αποκλειστικό προϊόν συνεργασίας μεταξύ BMW και του κατασκευαστή premium ποδηλάτων SPECIALIZED.



Η τηλεοπτική διαφήμιση και το βίντεο λανσαρίσματος αποτελούν επίσης τη βάση για μία σειρά μίνι ταινιών που θα τρέχουν σε όλα τα κανάλια των μέσων κοινωνικής δικτύωσης της μάρκας BMW και σε ψηφιακούς διαφημιστικούς τόπους. Με αυτό τον τρόπο, οι δραστηριότητες με θέμα τα “surfing” (σερφινγκ), “mountain biking” (ποδηλασία βουνού), “camping” (κατασκήνωση) και “art” (τέχνη) μπορούν να προσεγγίσουν περισσότερους υποψήφιους πελάτες της BMW X3 με αντίστοιχα ενδιαφέροντα. Οι πρωταγωνιστές των βίντεο είναι αναπόσπαστο κομμάτι όλων των ενοτήτων της καμπάνιας ενώ εμφανίζονται και στα έντυπα. Με αυτό τον τρόπο, το “On a Mission” δημιουργεί μία συνεχή παρουσία με υψηλή αναγνωρισιμότητα σε όλα τα κανάλια. Εξάλλου, η καμπάνια κάνει χρήση των καναλιών των social media πολλών πρωταγωνιστών και των τεράστιων κοινοτήτων των θαυμαστών τους.

https://www.youtube.com/watch?v=R_s_26fspgo&feature=youtu.be

Μοναδικός διαμορφωτής οχήματος για Facebook.

Βασισμένη στις διαδραστικές διαφημίσεις με Καμβά Facebook (Facebook Canvas), η BMW έχει δημιουργήσει ένα εκτενές διαδραστικό σύστημα οπτικοποίησης (visualizer) με πρωτοφανές επίπεδο λεπτομερειών και γκάμας λειτουργιών σε τέτοια πλατφόρμα. Οι χρήστες διασκεδάζουν δημιουργώντας την προσωπική τους BMW X3 στην εφαρμογή του Facebook, επιλέγοντας την επιθυμητή έκδοση, απόχρωση, τις ζάντες και τη διαμόρφωση εσωτερικού.

Το σύστημα οπτικοποίησης (visualiser) αποτελείται από 64 ξεχωριστές διαφημίσεις Canvas. Αυτό ήταν μεγάλη πρόκληση τόσο για το σχεδιασμό όσο και για την υλοποίηση. Το σύστημα απεικόνισης θα λανσαριστεί στο διεθνή λογαριασμό της BMW στο Facebook και στις τοπικές αγορές BMW. Η διαδραστική εμπειρία ολοκληρώνεται με μία πρόσκληση για test-drive με τη νέα BMW X3.

«Η οπτική απεικόνιση (visualizer) στο Facebook αντιπροσωπεύει έναν εντελώς νέο τρόπο δημιουργίας leads (υποψηφίων πελατών) μέσω των social media», εξηγεί ο Uwer Dreher. «Η υλοποίηση με τόσες ξεχωριστές διαφημίσεις Canvas ήταν σίγουρα περίπλοκη και γεμάτη προκλήσεις. Ωστόσο, είμαστε περήφανοι που καταφέραμε να προσφέρουμε στους φίλους μας κάτι πραγματικά μοναδικό».

Mountain bikes και αποστολές.

Συναρπαστικές προϊόντικές συνεργασίες και δημοφιλείς δραστηριότητες χειμερινών σπορ της μάρκας BMW, με την ονομασία “BMW Mountains” θα εμπλουτίσουν την καμπάνια.

Το BMW Lifestyle και ο κατασκευαστής premium ποδηλάτων SPECIALIZED θα παρουσιάσουν ένα εξαιρετικό mountain bike: μία έκδοση περιορισμένης παραγωγής του Specialized Turbo Levo, το SPECIALIZED for BMW Turbo Levo FSR 6Fattie.



Οι δύο premium μάρκες μοιράζονται το πάθος για τη σπορ δυναμική συμπεριφορά, την αγάπη για την καινοτομία σχεδίαση και τις προηγμένες τεχνολογίες, και προσπαθούν συνεχώς να επαναπροσδιορίζονται.

Υπό τη σημαία του “BMW Mountains”, η BMW X3 υποστηρίζει την αποστολή “No Man’s Land” των extreme skiers Matthias Mayr και Matthias Haunholder, στην προσπάθειά τους να γίνουν οι πρώτοι που θα κατέβουν το Mount Tyree στην Ανταρκτική. Η BMW X3 θα είναι η αξιόπιστη σύντροφός τους στο ταξίδι από το Buenos Aires στο Punta Arenas. Αφού φτάσουν στην Ανταρκτική, θα καλύψουν αρκετές εκατοντάδες χιλιόμετρα ακόμα με σκι και με αετό. Η BMW θα ακολουθήσει την αποστολή με live feeds και ιστορίες στα δικά της ψηφιακά κανάλια. Ένα βίντεο για τις περιπέτειες των δύο extreme skiers θα κυκλοφορήσει το 2018.

Επιτυχημένο μέλος της οικογένειας X.

Η BMW δημιούργησε την κατηγορία μεσαίων SAV (Sports Activity Vehicles) το 2003 με τη BMW X3. Πάνω από 1,5 εκατομμύρια οχήματα των δυο πρώτων γενιών μοντέλων έχουν πουληθεί από τότε σε όλο τον κόσμο. Η νέα BMW X3 προτίθεται τώρα να συνεχίσει αυτή την ιστορία επιτυχίας, με ακόμα πιο εντυπωσιακό και δυναμικό στυλ και ένα πολυτελές εσωτερικό. Όπως όλα τα μέλη της επιτυχημένης οικογένειας X, συνδυάζει την εξαιρετική οδηγική ποιότητα σε όλα τα εδάφη με την απεριόριστη καθημερινή πρακτικότητα. Η νέα BMW X3 προσφέρει επίσης κορυφαία επίπεδα συνδεσιμότητας και συστήματα υποστήριξης οδηγού. Επαναστατικές καινοτομίες που η BMW συνδυάζει υπό την ονομασία “BMW Personal CoPilot” και που συνήθως αποτελούν αποκλειστικότητα των business και πολυτελών κατηγοριών, διατίθεται στη μεσαία κατηγορία για πρώτη φορά με τη BMW X3. Το εσωτερικό της έχει επίσης αναβαθμιστεί αισθητά. Συγκεκριμένα, η νέα X3 διαθέτει όλα σχεδόν τα χαρακτηριστικά της νέας Σειράς 5 και εντυπωσιάζει με το υψηλό επίπεδο ποιότητας κατασκευής, που παραπέμπει περισσότερο τη BMW Σειρά 7.

Πρακτορεία:

Lead – Kirshenbaum (US)

Mars Mission – Serviceplan

Canvas Ad – Jung von Matt

- Τέλος Δελτίου Τύπου -

To BMW Group

Το BMW Group είναι από τους πιο επιτυχημένους κατασκευαστές αυτοκινήτων και μοτοσικλετών σε όλο τον κόσμο με τις μάρκες BMW, MINI, Rolls-Royce και BMW Motorrad. Σαν μία παγκόσμια εταιρία, το BMW Group λειτουργεί 31 μονάδες παραγωγής σε 14 χώρες και έχει ένα παγκόσμιο δίκτυο πωλήσεων σε περισσότερες από 140 χώρες.

Το οικονομικό έτος 2016, το BMW Group πούλησε 2.367.000 αυτοκίνητα και 145.000 μοτοσικλές παγκοσμίως. Το κέρδος προ φόρων ήταν 9.67 δισεκατομμύρια ευρώ, με έσοδα



που ανήλθαν στα 94.16 δισεκατομμύρια ευρώ. Στις 31 Δεκεμβρίου του 2016, το BMW Group είχε παγκόσμιο έμψυχο δυναμικό περίπου 124.729 ατόμων.

Η επιτυχία του BMW Group ανέκαθεν βασιζόταν στη μακροπρόθεσμη συλλογιστική και υπεύθυνη δράση. Ως εκ τούτου, η εταιρία έχει δημιουργήσει οικολογική και κοινωνική βιωσιμότητα σε όλη την αλυσίδα αξιών, ολοκληρωμένη προϊοντική ευθύνη και μία σαφή δέσμευση για τη διατήρηση των φυσικών πόρων, στο πλαίσιο της στρατηγικής της.

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>

BMW Group Hellas

Κωνσταντίνος Διαμαντής

Corporate Communications

Τηλέφωνο: +30 2109118151

Fax: +30 210 9118007

e-mail: konstantinos.diamantis@bmw.gr