

Δελτίο Τύπου
14 Νοεμβρίου 2017

‘Γίνε αυτός που τολμά’: BMW X2 Holo Experience.

Η BMW και η Microsoft εξελίσσουν μία μοναδική εμπειρία ‘mixed reality’ για τη νέα καμπάνια της BMW X2.

Μόναχο. Η BMW και η Microsoft μετατρέπουν τμήμα της καμπάνιας ‘Be the one who dares’ (Γίνε Αυτός που Τολμά) για τη νέα BMW X2 σε απολαυστική, high-tech εμπειρία. Σε μία μοναδική εφαρμογή ‘mixed reality’, οι δύο εταίροι συνδυάζουν την φυσική πραγματικότητα και το ψηφιακό περιεχόμενο, σε μία εμπειρία που διατίθεται αποκλειστικά στο Microsoft [HoloLens](#).

Το BMW X2 Holo Experience και τα γυαλιά Microsoft HoloLens μυσούν τους χρήστες στο κόσμο της BMW X2, όπου μπορούν να γνωρίσουν το νέο μοντέλο με διαδραστικό τρόπο. Απολαυστικές προκλήσεις εναλλάσσονται με δημιουργικά στοιχεία. Για παράδειγμα, η BMW X2 πρέπει να βγει από ένα λαβύρινθο ή μπορεί να αποκτήσει νέο χρώμα περνώντας από τη σχετική διαδικασία βαφής. Το BMW X2 Holo Experience αναθεωρεί στοιχεία της καμπάνιας για να εξασφαλιστεί υψηλή αναγνωρισιμότητα και ολοκληρώνεται με μία selfie για τα κανάλια του χρήστη στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media). Οι υποψήφιοι πελάτες μπορούν να κλείσουν τη BMW X2 για ένα test drive.

«Η X2 θα προσελκύσει ένα σχετικά νέο, νεανικό, target group που γνωρίζει από ψηφιακή τεχνολογία και αναζητά μοναδικές και σύγχρονες εμπειρίες στις επικοινωνίες», δήλωσε ο Uwe Dreher, υπεύθυνος Επικοινωνίας της Μάρκας BMW. «Το Holo Experience προσφέρει την επιθυμητή εντυπωσιακή τεχνική που ελπίζουμε ότι θα μεγιστοποιήσει την απήχυσή μας σε αυτό το target group με απολαυστικό και ψυχαγωγικό τρόπο, και τη βοήθεια καινοτόμου τεχνολογίας».

«Η φιλοσοφία ‘Mixed reality’ επιτρέπει στις εταιρίες να κάνουν το επόμενο βήμα στη διαδικασία της ψηφιοποίησης», εξηγεί ο Michael Zawrel, Ανώτερος Product Manager Mixed Reality & HoloLens στη Γερμανία. «Το BMW X2 Holo Experience δείχνει πώς οι εταιρίες μπορούν να δημιουργούν τα προϊόντα τους ‘παντρεύοντας’ στοιχεία του φυσικού και του ψηφιακού κόσμου με πρωτοφανή τρόπο».

Το BMW X2 Holo Experience, που βασίζεται στα Microsoft HoloLens και Windows Mixed Reality, θα διατίθεται σε επίλεκτους εμπόρους BMW σε όλο τον κόσμο, σε αποκλειστικούς κλειστούς χώρους αλλά και σημεία όπως το Brand Experience Centre (Κέντρο Εμπειρίας της Μάρκας).

Οι επισκέπτες μπορούν να βιώνουν ψηφιακά την BMW X2 στα καταστήματα της BMW στο Βερολίνο, στο Μόναχο και στο Automag München ή στο Brand Experience Centre στη Ζυρίχη.

Το BMW X2 Holo Experience δένει άριστα με την καμπάνια ‘Be the one who dares’ για τη νέα BMW X2, που συνοδεύει το νεότερο και πιο εξωστρεφές μέλος της οικογένειας X από την έναρξη Επικοινωνίας στα τέλη Οκτωβρίου 2017 μέχρι το λανάρισμα στην αγορά, το Μάρτιο του 2018.

Η BMW X2 (με κατανάλωση μικτού κύκλου 6,3 – 4,5 l/100 km και εκπομπές CO₂ στο μικτό κύκλο 144 – 118 g/km*) είναι κάτι παραπάνω από ένα απλό μοντέλο BMW X. Με χαρακτηριστική σχεδίαση και σπορ, αστικά γονίδια δηλώνει με τόλμη την παρουσία της στην κατηγορία της και στην οικογένεια BMW X. Με το μοναδικό χαρακτήρα της, απευθύνεται κυρίως σε νέους σε ηλικία και στην καρδιά, εξωστρεφή και δραστήρια άτομα που εκτιμούν την ατομικότητα, τη γνήσια οδηγική απόλαυση και το lifestyle, χωρίς να θυσιάζουν τη λειτουργικότητα. Ζουν σε αστικές περιοχές, υιοθετούν ένα δραστήριο Lifestyle και είναι σε μεγάλο βαθμό συνδεδεμένοι με τον ψηφιακό κόσμο.

Βασισμένη σε ανάλυση δεδομένων, η BMW απευθύνεται σε φίλους, πελάτες και υποψήφιους αγοραστές στις αντίστοιχες ‘ψηφιακές ζωές’ τους – με σχετικό, εξατομικευμένο περιεχόμενο.

Ο κινηματογράφος, η μουσική, τα παιχνίδια και οι νέες τεχνολογίες αποτελούν σημαντικό κομμάτι του αστικού και κοσμοπολίτικου target group στο οποίο απευθύνεται το BMW X2 Holo Experience με βέλτιστο τρόπο και απόλυτα σχετικό περιεχόμενο.

Περισσότερα στοιχεία της καμπάνιας θα αποκαλυφθούν τους προσεχείς μήνες, καθώς το ‘Be the one who dares’ προσεγγίζει νέα ψηφιακά target groups σε διάφορες πλατφόρμες των social media με ασυνήθιστο τρόπο.

Άλλοι σύνδεσμοι:

<http://news.microsoft.com/de-de/mixed-reality-bmw/>

- 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 προϊόντική 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