BMW
Corporate Communications

Δελτίο Τύπου
2 Μαρτίου 2018

Επαναλανσάρισμα του BMW.com: Η νέα ψηφιακή πλατφόρμα της μάρκας BMW.

Η BMW αναβαθμίζει την κεντρική ιστοσελίδα της δημιουργώντας μία μοναδική, σύγχρονη εμπειρία αφήγησης.

Μόναχο. Listicles, infographics και πλοήγηση μέσω 'swipe' καλύπτουν μία μεγάλη ποικιλία φρέσκων και νέων θεμάτων: Το επαναλανσάρισμα της διεθνούς αρχικής σελίδας της μάρκας BMW, BMW.com, δεν αποτελεί μία απλή σχεδιαστική βελτιστοποίηση. Η BMW είναι από τις πρώτες μάρκες αυτοκινήτων παγκοσμίως που χρησιμοποιούν την τεχνολογία Google AMP, με σκοπό τη δημιουργία ενός μοντέρνου, ελκυστικού τρόπου ενημέρωσης που είναι απόλυτα συνυφασμένος με τα δημοφιλή μέσα των χρηστών – φίλων και υποψηφίων πελατών - από όλο τον κόσμο.

Νέο περιεχόμενο, νέα μορφή

Το νέο BMW.com απευθύνεται στο ευρύ κοινό και λειτουργεί ως κεντρικό σημείο πρόσβασης σε μία πλούσια θεματολογία από τον κόσμο της BMW και όχι μόνο. Το περιεχόμενό του περιστρέφεται κυρίως γύρω από τη μετακίνηση και το lifestyle, επιμέρους τομείς της μάρκας όπως σχεδίαση, καινοτομία και επιδόσεις, αλλά και θέματα πέραν του αυτοκινήτου, όπως στυλ, πολιτισμός και ταξίδια.

Οι επισκέπτες έχουν πλείστες δυνατότητες για εξερεύνηση: άρθρα για ηλεκτροκίνηση, κοινοχρησία οχημάτων (car-sharing) και αυτόνομη οδήγηση, εναλλάσσονται με ενδιαφέρον και ψυχαγωγικό περιεχόμενο σχετικό με την αστική αρχιτεκτονική, τους 'τρελούς' κανόνες από τους κώδικες οδικής κυκλοφορίας όλου του κόσμου ή ακόμα και συμβουλές για μακρινά ταξίδια με κατοικίδια – πάντα συνοπτικά και άριστα οργανωμένα, με έντονη την παρουσία πολυμέσων. Εκτός από το παραδοσιακό περιεχόμενο, όπως άρθρα, βίντεο και βιβλιοθήκες φωτογραφιών, δημοφιλή στοιχεία όπως listicles και infographics, μεγιστοποιούν την απήχηση στους αναγνώστες.

«Το νέο BMW.com είναι κάτι πολύ περισσότερο από ένα κλασικό επαναλανσάρισμα. Το website έχει στηθεί εξ αρχής και δείχνει πόσο συστηματικά αναθεωρούμε και ανανεώνουμε τις επικοινωνίες της μάρκας BMW», εξηγεί ο Jörg Poggenpohl, Επικεφαλής Ψηφιακού Marketing της BMW. «Θέλουμε να προσφέρουμε μία ενημερωτική και ψυχαγωγική πλατφόρμα με κατάλληλο περιεχόμενο για όλους της φίλους της BMW και άτομα που δεν έχουν έρθει ακόμα σε επαφή με τη μάρκα μας – όλα είναι όμορφα οργανωμένα και εναρμονισμένα με τις σύγχρονες μορφές επικοινωνίας».

Βελτιστοποιημένο για κινητές συσκευές με τεχνολογία AMP και PWA
Η πλοήγηση στις σελίδες είναι προσαρμοσμένη στις κινητές συσκευές, με τη βοήθεια της τεχνολογίας PWA (Progressive Web Apps). Στο νέο BMW.com, ένα swipe είναι αρκετό για να πάρει κάποιος μία ιδέα σχετικά με τη νέα προσέγγιση της μάρκας. Ο χρήστης πλοηγείται ανάμεσα σε άρθρα μέσω animation, όπως γνωρίζει στις διάφορες εφαρμογές για smartphone. Με full-screen βίντεο και ψυχαγωγικό περιεχόμενο, το site έχει περισσότερα κοινά με formats όπως το Snapchat Discover και τα χρονολόγια των social media από όσο τα κλασικά mobile websites με την πιο στατική αίσθηση.

Η BMW είναι μία από τις πρώτες μάρκες αυτοκινήτων που χρησιμοποιούν "Accelerated Mobile Pages" (AMP) της Google για mobile loading σε λιγότερο από δύο δευτερόλεπτα. Το στοιχείο αυτό με τους γρήγορους χρόνους πρόσβασης παλιότερα ήταν σχεδόν αποκλειστικά διαθέσιμο για άρθρα από κλασικά ειδησεογραφικά portals. Σαν αποτέλεσμα, το BMW.com ταιριάζει άριστα με τις συνήθειες των σύγχρονων χρηστών των social media που επιζητούν να γεμίσουν το χρόνο αναμονής, ή την ώρα του μεσημεριανού διαλείμματος, και προτιμούν την άμεση ενημέρωση.

«Για όρους αναζήτησης όπως 'αυτόνομη οδήγηση', η θεματική μας κάλυψη κατά τη διάρκεια της Έκθεσης Καταναλωτικών Ηλεκτρονικών Προϊόντων (CES) ήρθε πρώτη στις λίστες αναζήτησης δωρεάν αναρτήσεων μέσω της Google, αφήνοντας πίσω ακόμα και σελίδες όπως η Wikipedia», εξηγεί ο Poggenpohl. «Για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο χρειάζεσαι την τέλεια ισορροπία μεταξύ ισχυρού περιεχομένου, μοντέρνας τεχνολογίας και βελτιστοποίησης της κλασικής μηχανής αναζήτησης».

Θεματική κάλυψη με δυνατή ενημέρωση
Το νέο BMW.com είναι κάτι παραπάνω από μία ακόμα ψηφιακή πλατφόρμα μάρκας με επαναλαμβανόμενες εταιρικές δημοσιεύσεις. Η BMW δημιουργεί αληθινή προστιθέμενη αξία για τους αναγνώστες, προσφέροντας εξαιρετικά σχετικό περιεχόμενο. Ο συντονισμός στατικών καμπανιών που επικεντρώνεται περισσότερο σε λανσαρίσματα σε αγορές, νέα μοντέλα και προϊοντικούς κύκλους, μπαίνει σε δεύτερη μοίρα. Αντί αυτών, οι ειδικοί marketing της BMW υιοθετούν μία θεματική προσέγγιση, προσαρμοσμένη στις ανάγκες των φίλων και υποψηφίων πελατών της μάρκας.

Η BMW έχει επίσης αναδιοργανώσει την ομάδα του marketing. Ένα ειδικά διαμορφωμένο 'content studio' είναι ζωτικής σημασίας για όλες τις αποφάσεις που σχετίζονται με το περιεχόμενο. Αυτό λαμβάνει συνεχώς πληροφορίες από ανάλυση δεδομένων σε πραγματικό χρόνο για την αναγνώριση κατάλληλου

περιεχομένου για το target group, αλλά και θεμάτων υψηλού ενδιαφέροντος στα social media. Σχετικό περιεχόμενο μπορεί να παράγεται και να δημοσιεύεται σε πολύ σύντομο χρόνο και μέσω όλων των ψηφιακών καναλιών της BMW. Με αυτό τον τρόπο, η μάρκα BMW και η διεθνής online παρουσία της είναι πάντα επικαιροποιημένη και οι επικοινωνίες της πλήρως εναρμονισμένες με τις τελευταίες εξελίξεις.

Διαφημιστικά πρακτορεία
Jung von Matt
Territory

- Τέλος Δελτίου Τύπου –

Το BMW Group

Με τις τέσσερις μάρκες του, BMW, MINI, Rolls-Royce και BMW Motorrad, το BMW Group είναι ο No. 1 premium κατασκευαστής αυτοκινήτων και μοτοσικλετών σε όλο τον κόσμο, ενώ παράλληλα προσφέρει premium χρηματοοικονομικές υπηρεσίες και υπηρεσίες μετακίνησης. 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 2017, το BMW Group πούλησε πάνω από 2.463.500 αυτοκίνητα και περισσότερες από 164.000 μοτοσικλέτες παγκοσμίως. Το κέρδος προ φόρων για το οικονομικό έτος 2016 ήταν περίπου 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

BMW
Corporate Communications

Δελτίο Τύπου

Ημερομηνία 2 Μαρτίου 2018

Θέμα Επαναλανσάρισμα του BMW.com: Η νέα ψηφιακή πλατφόρμα της μάρκας BMW.

Σελίδα 4

Fax: +30 210 9118007
e-mail: konstantinos.diamantis@bmw.gr