



Δελτίο Τύπου
22 Φεβρουαρίου 2021

Το ξημέρωμα μιας νέας εποχής: Το BMW Group συνδέει την εταιρική επικοινωνία και την επικοινωνία της μάρκας BMW ακόμα πιο στενά με τον τομέα της διαφήμισης.

Το BMW Group συνδέει την εταιρική επικοινωνία και την επικοινωνία μάρκας BMW ακόμα πιο στενά με το μάρκετινγκ με την υποστήριξη του διαφημιστικού πρακτορείου TheGame Group GmbH, που ιδρύθηκε ειδικά για το σκοπό αυτό. Από την 1^η Απριλίου, θα ξεκινήσει σε όλα τα κανάλια μία σύγχρονη, συντονισμένη και αμοιβαία υποστηριζόμενη επικοινωνία. Εταιρικά μηνύματα και μηνύματα μάρκας ευθυγραμμίζονται μεταξύ τους και συνδέονται με τα αντίστοιχα target groups. Στην εποχή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, οι δημόσιες σχέσεις και η επικοινωνία μάρκας γνωρίζουν μία θεμελιώδη αναγέννηση.

Μόναχο. Η ενημέρωση έχει εξελιχθεί σε κρίσιμο αγαθό στην ψηφιακή εποχή. Η δύναμη των προϊόντικών μαρκών αλλά και οι εταιρικές μάρκες είναι συχνά αποφασιστικός παράγοντας σε πολύ ανταγωνιστικές αγορές. Οι επιτυχημένες εταιρείες και μάρκες έχουν ένα σαφές προφίλ, επικοινωνούν δημιουργικά και διαφοροποιούνται μέσα από θετικά συναισθήματα.

Το BMW Group αποφάσισε να υιοθετήσει μία καινοτόμα και ριζικά νέα προσέγγιση στην εταιρική επικοινωνία, τη διαχείριση μάρκας και την επικοινωνία μάρκας: Η εταιρεία επανασχεδιάζει τις εταιρικές επικοινωνίες και τις επικοινωνίες μάρκετινγκ για τη μάρκα BMW σε επίπεδο οργάνωσης και περιεχομένου και έχει δημιουργήσει ένα εξατομικευμένο μοντέλο διαφημιστικού πρακτορείου μέσω του TheGame Group, που βασίζεται σε κάποιες από τις καλύτερες και πλέον αναγνωρισμένες διαφημιστικές εταιρείες στην Ευρώπη.

Μέτοχοι του TheGame Group είναι οι εταιρείες Experience One GmbH και Jung von Matt AG. Το πρακτορείο αυτό θα εργάζεται αποκλειστικά για το BMW Group τα πρώτα χρόνια. Με τους Tim Wagner, Max Lederer και Marc Schumacher, το TheGame Group είναι ήδη σε θέση να προσελκύσει έμπειρα στελέχη. Τώρα, συγκροτείται η εκτεταμένη λειτουργική ομάδα διοίκησης του TheGame Group.

Το BMW Group εκτιμά ότι αυτό θα οδηγήσει σε έναν αποτελεσματικό συντονισμό στους τομείς: καμπάνια μάρκας, εμπειρία μάρκας, περιεχομένου μάρκας, προστασία μάρκας και δημοσίων σχέσεων. Στο μέλλον, στρατηγικά σχεδιασμένες και συντονισμένες προϊόντικές και εταιρικές ιστορίες θα επικοινωνούνται με τρόπο κατάλληλο για το κάθε target group και κανάλι. Επιπλέον, όλη η επικοινωνία θα βασίζεται σε δεδομένα και θα προσαρμόζεται δυναμικά αφενός στην απόκριση του κοινού, αφετέρου στις τρέχουσες εξελίξεις.



Δελτίο Τύπου	
Ημερομηνία	22 Φεβρουαρίου 2021
Θέμα	Το ξημέρωμα μιας νέας εποχής: Το BMW Group συνδέει την εταιρική επικοινωνία και την επικοινωνία της μάρκας BMW ακόμα πιο στενά με τον τομέα της διαφήμισης.
Σελίδα	2

Χάρη στην ολιστική στρατηγική επικοινωνίας, τόσο το πρακτορείο όσο και η BMW θα βρίσκονται σε διάλογο με τα αντίστοιχα target groups με την ίδια φιλοσοφία και προσέγγιση σε όλα τα σημεία επαφής. «Ο αυστηρός διαχωρισμός εταιρικής επικοινωνίας και επικοινωνίας μάρκετινγκ σε B2B (Business to Business) αφενός και B2C (Business to Consumer) αφετέρου δεν συνάδει πλέον με την επικοινωνιακή πραγματικότητα του 21^{ου} αιώνα».

Στις ψηφιακές αφηγήσεις, αυτό που μετράει είναι οι καλύτερες ιστορίες και οι πιο πολύτιμες πληροφορίες», δήλωσε ο Maximilian Schöberl, Ανώτερος Εκπρόσωπος BMW AG.

«Η προσέγγιση One Voice (Μία Φωνή) έχει ήδη εφαρμοστεί σε εταιρικές επικοινωνίες του BMW Group – τώρα εισερχόμαστε σε μια νέα εποχή συνεργασίας με επικοινωνίες μάρκετινγκ και μάρκας. Ειδικότερα σε μία εποχή ραγδαίων αλλαγών, η πρόκληση είναι να αναπτύξουμε καινοτόμες λύσεις όχι μόνο για να δημιουργήσουμε πρωτοποριακά προϊόντα. Την ίδια στιγμή, πρέπει να αναπτύξουμε την πιο σύγχρονη και καινοτόμα υποδομή επικοινωνίας στην αγορά. Συντελείται μία αναγέννηση του τομέα των δημοσίων σχέσεων».

Το BMW Group και οι μάρκες του εμπλέκονται σε συνεχή και όλο και πιο εντατικό διάλογο με ένα μεγάλο αριθμό εξωτερικών και εσωτερικών target groups και ενδιαφερομένων μερών: Από δυνητικούς και υφιστάμενους πελάτες μέχρι εργαζόμενους, εκπροσώπους των μέσων ενημέρωσης, επενδυτές, νομοθέτες, ΜΚΟ, φίλους της Μάρκας, influencers και πολλούς ακόμα. Αυτό καθιστά όλο και πιο σημαντική την ‘ενορχήστρωση’ της επικοινωνίας, που παρά την αυστηρότητα του περιεχομένου, μπορεί επίσης να απαντά στις ειδικές απαιτήσεις των target groups και των καναλιών. Κατά συνέπεια, η πολυσυλλεκτικότητα και η πολυφωνία συγχωνεύονται σε ένα αρμονικό σύνολο.

«Καθίσταται όλο και περισσότερο αναγκαίο για τις εταιρείες να γίνουν αναμεταδότες των δικών τους μαρκών εάν θέλουν να διατηρήσουν την αναγνωρισιμότητά τους και να απευθυνθούν σε μία κοινότητα. Γι’ αυτό, βλέπουμε τη ‘μάρκα’ ως πλατφόρμα μέσων», δήλωσε ο Jens Thiemer, Senior Vice President Customer & Brand BMW. «Στο όλο και πιο κατακερματισμένο τοπίο των μέσων, ερμηνευτική δύναμη και αποδοτικός διάλογος μπορούν να επιτυγχάνονται μόνο με την ένωση δυνάμεων και τη στόχευση. Με τη φιλοσοφία μας δημιουργούμε ένα νέο πρότυπο σύγχρονης επικοινωνίας».

Το TheGame Group είναι ένα πρακτορείο προσαρμοσμένο στις ανάγκες της BMW. Έρχεται να συμπληρώσει το νέο μοντέλο διαφημιστικού πρακτορείου που



Ημερομηνία	Δελτίο Τύπου 22 Φεβρουαρίου 2021
Θέμα	Το ξημέρωμα μιας νέας εποχής: Το BMW Group συνδέει την εταιρική επικοινωνία και την επικοινωνία της μάρκας BMW ακόμα πιο στενά με τον τομέα της διαφήμισης.
Σελίδα	3

εγκαινιάσε η BMW το περασμένο φθινόπωρο με τη δημιουργία του THE MARCOM ENGINE: Ενώ το THE MARCOM ENGINE έχει ως αποστολή την ενδυνάμωση της ψηφιακής προϊοντικής επικοινωνίας σε όλες τις Ευρωπαϊκές αγορές, το TheGame Group εστιάζει σε καινοτόμα, data-driven, υψηλής ποιότητας, δημιουργικά και στρατηγικά projects στην εταιρική επικοινωνία και την επικοινωνία μάρκας. Στο μέλλον, στόχος είναι η ανάδειξη της μάρκας διεθνώς σε όλα τα κανάλια με μέγιστη δημιουργικότητα και απόδοση.

«Εάν η Jung von Matt ήταν αυτοκίνητο, θα ήταν BMW. Αυτή η φράση ισχύει για εμάς πάνω από είκοσι χρόνια – και σήμερα περισσότερο από ποτέ. Μοιραζόμαστε το πάθος γι' αυτό που κάνουμε, πιστεύουμε στη συνεχή καινοτομία και είμαστε περήφανοι ως μέτοχοι του TheGame Group», δήλωσε ο Peter Figge, μέλος του συμβουλίου της Jung von Matt AG. Ο Vincent Bodo Andrin, ιδρυτής της Experience One GmbH και του ZEITGEIST Group δήλωσε: «Η αλληλεπίδραση μάρκετινγκ και δημοσίων σχέσεων ανοίγει νέες και τεράστιες προοπτικές δημιουργώντας γνήσιες εμπειρίες μάρκας: εμπλέκοντας όλες τις αισθήσεις σε όλα τα σχετικά target groups. Αυτό που δημιουργούμε αντικαθιστά πολλές ανεπαρκείς διεπαφές και ανοίγει απίστευτες δυνατότητες».

Για το τμήμα εταιρικής επικοινωνίας, το TheGame Group θα συνεργάζεται με το νεοϊδρυθέν Βρετανικό παρακλάδι του Looping Group, Looping Group International Ltd, στο Λονδίνο. Αυτή η νέα εταιρεία θα είναι υπεύθυνη για τους τομείς δημοσίων σχέσεων και μέσων κοινωνικής δικτύωσης. «Η συνεπής σύγκλιση μάρκετινγκ και επικοινωνιών είναι στο DNA μας. Γι' αυτό είμαστε πολύ ικανοποιημένοι που μας πλησίασε το TheGame Group», δήλωσε ο Michael Karg, Chief Operating Officer της Looping Group International και επικεφαλής του γραφείου του Λονδίνου, από το οποίο μελλοντικά θα πραγματοποιείται η διαχείριση των διεθνών δημοσιεύσεων στα social media της BMW.

- Τέλος Δελτίου Τύπου -

To 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 εταιρεία, το BMW Group λειτουργεί 31 μονάδες παραγωγής σε 15 χώρες και έχει ένα παγκόσμιο δίκτυο πωλήσεων σε περισσότερες από 140 χώρες.



Δελτίο Τύπου

Ημερομηνία

22 Φεβρουαρίου 2021

Θέμα

Το ξημέρωμα μιας νέας εποχής: Το BMW Group συνδέει την εταιρική επικοινωνία και την επικοινωνία της μάρκας BMW ακόμα πιο στενά με τον τομέα της διαφήμισης.

Σελίδα

4

Το οικονομικό έτος 2020, το BMW Group πούλησε πάνω από 2,3 εκατομμύρια αυτοκίνητα και περισσότερες από 169.000 μοτοσικλέτες παγκοσμίως. Το κέρδος προ φόρων για το οικονομικό έτος 2019 ήταν 7,11 δισεκατομμύρια ευρώ, με έσοδα που ανήλθαν στα 104,21 δισεκατομμύρια ευρώ. Στις 31 Δεκεμβρίου του 2019, το BMW Group είχε παγκόσμιο έμψυχο δυναμικό 126.016 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>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>

BMW Group Hellas

Κωνσταντίνος Διαμαντής

Διευθυντής Εταιρικής Επικοινωνίας

Τηλέφωνο: +30 210 9118151

e-mail: konstantinos.diamantis@bmw.gr