

„BUSINESS ATHLETE” – „Vezető alkat” szlogen alatt kapcsol magasabb fokozatba az új BMW 5-ös limuzin nemzetközi marketing-kampánya

A világ több mint negyven országában képernyőre tűzött televíziós reklám és online rövidfilm-sorozat főszerepére Scott Eastwood hollywoodi színészt kérte fel a BMW.

Mindössze néhány héttel azelőtt, hogy 2017. február 11-én a BMW 5-ös sorozat hetedik modellgenerációjának első képviselői megérkeznek a márkakereskedésekbe, a világ legintelligensebb üzleti limuzinjának nemzetközi kommunikációja újabb fokozatba kapcsol. Az átfogó kampány egy vadonatúj televíziós reklám köré épül, amelyben az új 5-ös BMW mellett Hollywood egyik legsikeresebb színésze, Scott Eastwood játssza a főszerepet.

A BMW 5-ös sorozat, mint a felső-középkategóriájú üzleti gépkocsik abszolút piacvezető modellje

Világszerte eladott mintegy 7,9 millió modellel a BMW 5-ös sorozat minden kétséget kizáróan a bajor gyártó egyik legmeghatározóbb terméke. A hamarosan leköszönő, hatodik modellgeneráció önmagában világszerte nem kevesebb, mint 2,1 millió ügyfél tetszését nyerte el, amellyel a modell a prémium felső-középkategória abszolút piacvezetőjévé vált.

A BMW 5-ös sorozat hetedik modellgenerációjának célja, hogy még intenzívebb vezetési élményével, rendhagyó vezetést támogató rendszereivel, valamint egyedülálló járműkapcsolati- és intuitív vezérlési koncepcióival új mércét állítson fel az iparágban és tovább írja elődjei sikertörténetét. Az új 5-ös BMW-ben olyan járműtechnológiai innovációk kapnak helyet, mint az intelligens hangvezérlés (Intelligent Voice Assistant), a BMW Gesztusvezérlés és az immáron 70 százalékkal nagyobb kivetítő-felületet kínáló BMW Head-Up kijelző. A BMW Connected széleskörű szolgáltatás-palettájának köszönhetően ráadásul az On-Street Parking Information intelligens felszíni parkolóhely-kereső szolgáltatás és a Remote 3D View funkció is a világ elsőszámú üzleti limuzinjában ünnepli világpremierjét.

Magával ragadó bevezető kampány

Az új BMW 5-ös limuzin világpremierjét és piaci bevezetését már 2016 második felétől nemzetközi kommunikációs kampány előzte meg, amely a világ több mint negyven országába jutott el. Az eleinte javarészt digitális felületekre optimalizált kampány az új BMW 5-ös sorozat intelligens járműkapcsolati innovációk és digitális járműtechnológiai újítások terén betöltött piacvezető szerepét helyezte a középpontba, a BMW Connected szolgáltatás-paletta úttörő megoldásairól szóló és a nagymértékben automatizált járművezetést előrevetítő előzetesek pedig egy csapásra megtalálták közönségüket. Az új BMW 5-ös sorozat bevezető marketing-kampányának legelső posztjait a Facebookon több mint 18 millióan, míg az Instagramon több mint 24 millióan követték.

A digitális kampány másik központi alkotóeleme a BMWFilms.com világhírű The Hire rövidfilm-sorozatának folytatása volt: a The Escape címet viselő alkotást az Oscar-díjra jelölt direktor, Neill Blomkamp rendezte, a lebilincselő üldözős jelenetekkel tarkított rövidfilmben pedig ismét Clive Owen ült be a BMW 5-ös sorozat volánja mögé. A The Escape tizenöt évvel a The Hire rövidfilm-sorozat befejezése után készült el, az újdonság pedig ezúttal is hatalmasat szólt: az alkotást röviddel az online publikálást követően több mint 5,5 millió YouTube-felhasználó nézte meg, a kivétel nélkül pozitív visszhangú sajtó-kritikák pedig világszerte nem kevesebb, mint 125 millió emberhez jutottak el.

„A BMW Films legújabb alkotása páratlanul sikeres utat járt be a közösségi médiában, kiváló példaként szolgálva arra, hogy egy hiteles, hamisíthatatlanul egyedi marketing-megoldás miként lendítheti előre egy termék népszerűsítő kampányát” – mondta Hildegard Wortmann, a BMW márkaigazgatója.

A digitális megjelenésekkel párhuzamosan a BMW a világ több mint hetven nagyvárosában interaktív installációkat is telepített, amelyekben több mint 70 000 látogató testközelből tapasztalhatta meg az új üzleti limuzin innovációit.

BUSINESS ATHLETE

Az új BMW 5-ös sorozat bevezető marketing-kampánya néhány héttel a modell világméretű piaci debütálása előtt most a BUSINESS ATHLETE szlogen (a magyar kampányban: *Vezető alkat*) alatt újtúra indított digitális kommunikációval kapcsol

magasabb fokozatba. Az új 5-ös BMW a vezető, a jármű és a környezet közötti interaktív, állandó kapcsolat minden korábbinál átfogóbb innovációjával és még intenzívebb vezetési élménnyel kecsegtet, miközben minden képessége adott hozzá, hogy újabb lendületet hozzon az üzleti limuzinok szegmensébe. Egy vérbeli vezető alkat (BUSINESS ATHLETE), a szó legszorosabb értelmében. A 2017. január 19-én kezdődő reklámkampány az új modell innovációs erősségét, menetdinamikáját, üzleti vénáját és vezetési élményét helyezi a középpontba, minden egyes piacon más-más területre helyezve a hangsúlyt.

A kampány kulcsszereplője minden kétséget kizáróan Hollywood egyik legsikeresebb színésze és rendezője, Scott Eastwood, aki lendületes, magabiztos és őszinte egyéniségével kiválóan testesíti meg az új BMW 5-ös limuzin ambícióit és dinamizmusát.

A Scott Eastwood főszereplésével készült kampány ráadásul nem csupán a televíziós reklámra, de számos online megjelenésre is kiterjed.

A 30 és 45 másodperc hosszúra vágott televíziós reklámban Scott Eastwood és a BMW 5-ös sorozat az eltökéltségre, a magabiztosságra és a kitartásban rejlő sikerekre helyezi a hangsúlyt, a választott életút rendíthetetlen követésének üzenetét hordozva. A reklámban a jármű és vezetője is a kiforrott tudásra építő, fáradhatatlan elszántságot testesíti meg, magabiztos fellépéssel és kompromisszumokat nem ismerő céltudatossággal haladva a kiválasztott úton. A televíziós reklám üzenetét a BMW 530e iPerformance plug-in hibrid modell piaci bevezetése egészíti ki, a hosszú távú fenntarthatóság és az innovatív járműtechnológia egyedülálló párosát hirdetve.

„A reklám üzenete egyértelmű: a sikert ki kell érdemelni. Soha ne üljünk a babérjaikon!” – fogalmazott Hildegard Wortmann. „Ez éppúgy igaz az új BMW 5-ös sorozatra, mint Scott Eastwood-ra. És ez csak egy a két főszereplő közötti számos párhuzam közül” – tette hozzá a BMW márkagazgatója.

„Évek óta a BMW rajongója vagyok, nagyszerű élmény volt a kreatív csapatukkal együtt dolgozni ezen a kampányon” – nyilatkozta Scott Eastwood.

A Los Angelesben és környékén forgatott televíziós reklámot a díjnyertes rendező, Alex Feil készítette.

A Scott Eastwood főszereplésével bemutatkozó kampány nem merül ki a televíziós reklámban, hiszen a készítők egy újabb rövidfilm-sorozatot is leforgattak az új 5-ös BMW-vel. Az egyik epizód például tréfás dramaturgiával mutatja be a vadonatúj Remote 3D View funkció képességeit és előnyeit. A rövidfilmek számos online felületen és a szociális hálóban debütálnak majd, kifejezetten a digitális világ sajátosságaihoz hangolva.

Az új BMW 5-ös limuzin köré épülő marketing-kampány ugyanakkor a BMW vadonatúj márkaarculatát és képi ábrázolásmódját is útnak indítja, amelyben az új modell kiállása, dinamizmusa és innovatív karaktere kerül a figyelem középpontjába. Az olyan epizódcímek, mint „A siker nem örökölheto - ki kell érdemelni” („Success isn't inherited. It has to be earned”) vagy a „Győztesnek született” („Built to outperform”), az új üzleti limuzin eltökéltségét, magabiztosságát és kitartását hangsúlyozzák, miközben a rövidfilmekben a modell összes járműipari innovációja szerepet kap.

A BUSINESS ATHLETE szlogen alatt induló marketing-kampány a világ több mint negyven országát veszi célba, Magyarországon *Vezető alkat* szlogennel indul 2017 februártól.

**

További információ:

Salgó András, vállalati kommunikációs menedzser

Tel.: +36 29 555 115; e-mail: Andras.Salgo@bmw.hu

A BMW Group magyar nyelvű sajtóoldala a következő címen érhető el:

www.press.bmwgroup.com/pressclub/p/hu/startpage.html

A BMW Group

A BMW, a MINI és a Rolls-Royce márkák tulajdonosaként a BMW Group a világ vezető prémium autó- és motorkerékpár-gyártó vállalata, amely prémium pénzügyi és mobilitási szolgáltatásokat is kínál. Világcéként a BMW Group 14 országban összesen 31 járműgyártó és -összeszerelő létesítményt üzemeltet, termékeit pedig értékesítési hálózatán keresztül a világ több mint 140 országában forgalmazza.

2016-ban a BMW Group hozzávetőlegesen 2,367 millió autót és közel 145 000 motorkerékpárt értékesített világszerte. A vállalat mintegy 92,18 milliárd eurós összbevételével a 2015-ös pénzügyi évben mintegy 9,22 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2015. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 122 244 embert foglalkoztat.

A BMW Group sikerét hosszú távú gondolkodással és felelős működéssel alapozta meg. A vállalat stratégiájának alapvető része a környezetvédelmi szempontból és szociálisan is fenntartható értéklánc, a termékei által képviselt, mindenre kiterjedő felelősség és az erőforrások megőrzése iránti elkötelezettség.

**BMW
GROUP**



Vállalati kommunikáció

www.bmw.hu

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>