

Már több mint tízmillióan követik a BMW-t az Instagramon

A bajor gyártó a világ legnépszerűbb autóiipari Instagram-profiljával büszkélkedhet.

A BMW hivatalos Instagram-profilja a napokban a tízmilliomodik követőjét is elérte, amellyel a bajor gyártó magasan a legsikeresebb autóiipari szereplőként van jelen az Instagramon.

A tízmillió követő a BMW átütő erejű közösségimédia-jelenlétét igazolja. A bajor gyártó számára az Instagram ráadásul nem csupán egy újabb kommunikációs csatorna, hiszen a BMW itt minden korábbinál közelebb kerülhet rajongóihoz, akik a legfrissebb híreken, a látványos fényképeken, a múltbéli sikereken és a jövőbe mutató elképzeléseken keresztül a márka életstílusának aktív részeseivé válnak.

Látványvilágra és interaktív közösségi jelenlétre építő szisztémájával az Instagram kétségtelenül az egyik legideálisabb kommunikációs csatornát kínálja fel a márka alapvető értékeinek, lebilincselő arculatának és innovációs erősségének bemutatására. A BMW számára ugyanakkor nem a követők száma az elsődleges szempont: sokkal fontosabb, hogy az értékes tartalmak elnyerjék a felhasználók tetszését, akik kedvelések, megosztások és hozzászólások képében elegyednek párbeszédbe a márkával. A BMW Instagram-profiljának célja, hogy meghatározó közösségimédia-jelenlétével és interaktív publikálásaival hosszú távon fenntartsa a rajongók érdeklődését és átadja a vezetés élményét.

A céltudatosan épített márkamarketing mellett a BMW interaktív követőinek elköteleződését és hűségét is nagyra értékeli, a #bmwrepost hashtag alatt ugyanis számos rajongó és hobbi-fényképész alkotását megosztja. Hol máshol kerülhetnének a márka rajongói ennyire közel egymáshoz, ahol saját fényképeik ráadásul több millió emberhez jutnak el? A #bmwrepost hashtag látványos sikernek örvend a közösségi médiában, miközben 19 millió megosztásával a #BMW hashtag messze a világ legnépszerűbb autóiipari hivatkozásává vált.

„A közösségi médiára épített marketing-stratégiánk célja, hogy a lehető leginkább kihasználjuk az interaktív csatornáknak rejlő lehetőségeket. Az Instagram kiváló felületet biztosít nekünk ahhoz, hogy a világ minden táján egyedi párbeszédet kezdeményezzünk követőinkkel. Fontos ugyanakkor, hogy ne csak a saját sikertörténetünket, de a közösség

tagjainak élményeit is megosszuk az emberekkel” – mondta Jörg Poggenpohl, a BMW digitális marketinggel foglalkozó részlegének vezetője.

A BMW idejekorán felismerte a közösségi médiában rejlő óriási potenciált: a bajor gyártó az első fényképet 2012. május 30-án posztolta az Instagramon, a BMW 650i Coupé modellről. 2014 májusára a BMW Instagram-követőinek száma átlépte az egymilliót, a közösség pedig ezt követően stabil gyarapodásnak indult: a 2015 elején regisztrált kétfélmillió követő öszre megduplázódott, egy évvel később pedig már nyolcmilliónál járt.

A célzott megjelenések, az egyedi tartalmak, a professzionális szerkesztés és a márka hiteles jelenléte osztatlan népszerűséget szerzett a BMW-nek az Instagramon, amely a bajor gyártó sikeres közösségimédia-stratégiáját igazolja. A BMW az Instagram mellett a Facebookon, a Twitteren és YouTube-csatornáján is sikeres marketing-kampányt folytat.

**

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. Világcégként 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 összbevételevel 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.

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>