

Virtuális élményekkel indul világkörüli turnéra az új BMW X2

A bajor prémiumgyártó legkisebb terepkupéjának 2018 márciusi piaci debütálása előtt a modellt népszerűsítő bevezetőkampány számos országba ellátogat – a BMW és a Microsoft forradalmi együttműködésének köszönhetően egyedülálló valóságélményt kínálva.

Az új BMW X2 nemzetközi bevezető kampányának részeként a bajor prémiumgyártó és a Microsoft a vezetés élményét az újdonság „Be the one who dares” mottójához hűen egyedülálló, csúcstechnológiás valóságélménnyé varázsolja. A Microsoft HoloLens forradalmi VR-technológiának köszönhetően a kézzelfogható valóság és az elképzelt digitális tartalom egészen egyedi összefonódása kel életre – a BMW közreműködésével az iparágban először.

A BMW X2 Holo Experience valóságélmény a nemzetközi kampány keretein belül minden érdeklődőnek megadja a lehetőséget arra, hogy vadonatúj szemszögből, a kiterjesztett valóság interaktív módján ismerje meg az új BMW X2 modellt. A kézzelfogható valóság és az elképzelt digitális tartalom összefonódásaként izgalmas kihívások és kreatív elemek váltják egymást, az élményvadászat közben így az érdeklődőknek például egy labirintusból kell kivezetniük az új BMW X2-t, miközben a karosszéria színét a márciustól elérhető fényezési paletta bármelyik árnyalatára lecserélhetik. A BMW X2 Holo Experience valóságélmény új alapokra helyezi a nemzetközi modellbevezető kampányok lényegét, miközben a virtuális ismerkedés az érdeklődő és az új BMW X2 közös hologramos „szelfijével” zárul, amely bármelyik közösségimédia-felületen publikálható. Leendő ügyfeleink ráadásul ezt követően egy exkluzív tesztvezetésen testközelből is megismerkedhetnek az új modellel.

„A BMW X2-vel egy viszonylag új célcsoportot célzunk meg: azokat a fiatalokat, akik már a digitális kor szülöttei, és mint ilyen, a kommunikáció egészen egyedi, kortárs élményét keresik. A BMW X2 Holo Experience valóságélmény megadja ezt a kívánt technológiai varázslatot, amellyel szórakoztató módon nyithatunk leendő ügyeink felé” – mondta Uwe Dreher, a BMW nemzetközi márkakommunikációs vezetője.

„A kézzelfogható valóság és az elképzelt digitális tartalom összefonódása lehetővé teszi a cégek számára, hogy a termékdigitalizáció területén új szintre lépjenek. A BMW X2 Holo Experience valóságélmény kiváló példaként szolgál arra, hogy a kreatív vállalatok miként

kelthetik digitálisan életre egyes termékeiket, soha nem látott módon” – tette hozzá Michael Zawrel, a Microsoft Németország HoloLens technológiáért és összefonódó valóságért felelős termékmenedzsere.

A Microsoft HoloLens VR-technológiára épülő BMW X2 Holo Experience valóságélmény az elkövetkező hónapokban a világ számos BMW márkakereskedésében átélhető lesz, nem csupán exkluzív paravánok mögött, de a BMW X2 saját kiállítótermében is. Az élményt a látogatók a BMW berlini és müncheni márkakereskedéseiben, az Automag München márkakereskedésben és a BMW zürichi kiállítótermében máris átélhetik.

A BMW X2 Holo Experience valóságélmény tökéletesen illik az új BMW X2 „Be the one who dares” mottójához, amely 2017 októbere és 2018 márciusa között végigkíséri a BMW X modellcsalád legújabb, feltűnően karakteres tagjának nemzetközi modellbevezető kampányát.

Az új BMW X2 (átlagos üzemanyag-fogyasztás: 4,5 – 6,3 liter / 100 km; kombinált károsanyag-kibocsátás: 118 – 144 gramm / km)* eközben sokkalta több, mint egy újabb BMW X modell: minden részletében egyedi formanyelvével és sportos adottságaival nem csupán a kompakt méretű terepkupék szegmensében, de a BMW X modellcsaládon belül is hamisítatlanul egyedi szerepet tölt be. Az új BMW X2 a korban és lélekben fiatal célcsoport prémium igényeinek kielégítésére hivatott. Azon ügyfeleinkre, akik a metropoliszok forgatagában és az érintetlen természetben szerzik élményeiket, értékként kezelik a kirívó különlegességeket és hajszolják a vezetés élményét – egy pillanatra sem mondvá le a digitális kapcsolatokról és a funkcionalitásról.

Megannyi mélyreható piackutatás eredményeként a BMW célcsoportokra szabott, speciális tartalmakkal szólítja meg rajongóit és ügyfeleit. Az új BMW X2 célközönségének mindennapi élete a digitális világban teljesedik ki, filmek, zenék, játékok, közösségi oldalak és innovatív technológiák képében, amelyben a BMW X2 Holo Experience valóságélmény új aspektust vált valóra – maximálisan célcsoportra szabott tartalommal.

Miközben a „Be the one who dares” mottó alatt futó nemzetközi kampány egyre több platformon eléri célközönségét, a bajor prémiumgyártó az elkövetkező hónapokban az új BMW X2 világkörűli turnéjának újabb elemeiről is lerántja a leplet.

Az új BMW X2 és a Microsoft HoloLens technológia együttműködésével kapcsolatos bővebb információkért kérjük, látogasson el a <http://news.microsoft.com/de-de/mixed-reality-bmw> weboldalra.

*Az üzemanyag-fogyasztási és károsanyag-kibocsátási adatok előzetes értékek, amelyeket a legmodernebb autók menetteljesítményét vizsgáló EU-ciklus tesztkörének mérései szerint számoltak ki. Az adatok a gumiabroncs-típusoktól is függenek.

**

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, a Rolls-Royce és a BMW Motorrad márkák tulajdonosaként a BMW Group a világ vezető prémium autó- és motorkerékpár-gyártó vállalata, amely prémium pénzügyi és mobilitási szolgáltatásokat is kínál. Világcéggként 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 94,16 milliárd eurós összbevételeivel a 2016-os pénzügyi évben mintegy 9,67 milliárd eurós nyereséget termelt. A 2016. december 31-i összesítés szerint a BMW Group világszerte 124 729 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>