

Comunicato Stampa N. 174/12

San Donato Milanese, 17 dicembre 2012

**La Concessionaria BMW Milano rappresenterà l'Italia  
nel contest "Excellence in Sales 2012: Number One in  
Customer Satisfaction"**

Ad aprile 2013 parteciperà alla finale internazionale a Monaco di Baviera che decreterà i migliori dealer del BMW Group a livello mondiale nelle cinque categorie del concorso.

La Concessionaria del BMW Group in Italia **BMW Milano** ha superato la selezione nazionale del contest "Excellence in Sales 2012: Number One in Customer Satisfaction" guadagnandosi così un posto per la fase finale che porterà alla premiazione mondiale del prossimo aprile che si svolgerà presso la sede del BMW Group a Monaco di Baviera. Dal 2008 il concorso internazionale "Excellence in Sales" promosso dal BMW Group premia ogni anno le migliori eccellenze mondiali nella distribuzione di prodotti BMW e MINI in 45 Paesi di 5 continenti attraverso una competizione tesa a certificare le "best practice" dei suoi dealer in tutto il mondo. Tutte le concessionarie possono presentare la propria candidatura in diverse categorie legate alla soddisfazione del Cliente, alla vendita di vetture di lusso, al post vendita e alla gestione sostenibile del business della distribuzione auto. Entro la fine di febbraio 2013 saranno selezionati i rappresentanti nazionali tra i quali verranno scelti i 15 finalisti ed infine i 5 vincitori.

"BMW Group - ha dichiarato Franz Jung, Presidente e A.D. di BMW Italia S.p.A. - ritiene che l'eccellenza sia un asset fondamentale della sua strategia globale. L'eccellenza di persone, processi e prodotti ha portato il Gruppo ad essere il leader mondiale nel mercato premium. Con il progetto Excellence in Sales, abbiamo consentito ai nostri dealer di testimoniare le loro capacità nei settori chiave del business. BMW Milano, la nostra filiale di vendita diretta, si è distinta in modo particolare per i progetti di customer satisfaction e mi ha fatto molto piacere premiare Alessandro Salimbeni, Amministratore delegato della concessionaria, per l'eccellente lavoro svolto in un ambito assolutamente strategico e fondamentale per il nostro futuro".

**I progetti di BMW Milano per la competizione internazionale BMW "Excellence in Sales 2012"**

BMW Milano ha promosso nel 2012 una serie di iniziative volte a migliorare la soddisfazione del cliente, in particolare, da segnalare:

1. La Premium delivery. E' stata predisposta all'interno della concessionaria un'area dedicata per la consegna della vettura nuova al cliente. Ogni cliente che viene a ritirare la sua auto nuova viene seguito da un esperto che lo introduce nell'esclusivo mondo BMW, dalla consegna della Targa alla scoperta del Welcome Pack - tutto è volto a garantire un'esperienza speciale ed esclusiva.
2. Un'altra iniziativa rilevante è il Test Drive dedicato. Ogni cliente o prospect ha l'occasione di provare il Piacere di guidare BMW a bordo dell'auto che desidera o di sperimentare il go-kart feeling saltando sulla MINI dei suoi sogni. Un esperto si occupa del coordinamento e dello svolgimento della prova prodotto fornendo all'interessato tutte le informazioni riguardanti la vettura desiderata.

Società  
BMW Italia S.p.A.Società del  
BMW GroupSede  
Via della Unione  
Europea, 1  
I-20097 San Donato  
Milanese (MI)Telefono  
02-51610111Telefax  
02-51610222Internet  
[www.bmw.it](http://www.bmw.it)  
[www.mini.it](http://www.mini.it)Capitale sociale  
5.000.000 di Euro i.v.R.E.A.  
MI 1403223N. Reg. Impr.  
MI 187982/1998Codice fiscale  
01934110154Partita IVA  
IT 12532500159

**La competizione internazionale “Excellence in Sales” del BMW Group**

I partner all'interno della rete di Concessionari del BMW Group ottengono risultati eccezionali in tutto il mondo. “Excellence in Sales” si propone di riconoscere risultati sorprendenti di vendita ed evidenziarli a livello internazionale. Nato nel 2008 con la partecipazione di 16 Paesi, il concorso internazionale “Excellence in Sales” è cresciuto negli anni raggiungendo quest'anno 45 mercati in cinque i continenti in cui il BMW Group è presente con la sua rete ufficiale di vendita e assistenza. Nel 2012, “Excellence in Sales” prevede le seguenti categorie: Number One in Customer Satisfaction, Leadership in Luxury Class, Focus Aftersales Business, Sustainability Commitment e Manager of the Year.

La candidatura si divide in due aree: nella prima sezione viene analizzata la situazione attuale nella Concessionaria e identificate le aree ad alto potenziale; nella seconda sezione il Concessionario ha individuato una serie di azioni specifiche relative al 2012 e ne descrive l'implementazione. In particolare, il concessionario, oltre a presentare le sue azioni di maggior successo, indica specifici indicatori di performance relativi al 2011 e 2012.

**La categoria in cui si è distinta la Concessionaria BMW Milano:  
Number One in Customer Satisfaction**

In ogni veicolo, BMW e MINI offrono ai propri Clienti la perfetta combinazione di innovazione e design ispirato ed eccezionali caratteristiche di prodotto. Tale affermazione vale naturalmente anche per l'assistenza al Cliente. Su questa base, BMW Group si è posta l'obiettivo di diventare il Number One in Customer Satisfaction. Consigli e assistenza al Cliente sono solo due dei fattori principali in questo contesto. È estremamente importante offrire ad ogni Cliente, in qualsiasi luogo e in qualsiasi momento, un'esperienza del marchio unica, emozionante e intensa.

L'aspetto premium di BMW e MINI si riflette in ogni area delle sue Concessionarie. Ogni Dealer conosce le necessità della propria clientela meglio di chiunque altro, tenendo in grande considerazione il feedback individuale del Cliente ed utilizzandolo per migliorarsi costantemente. I candidati al premio “Excellence in Sales” nella categoria Number One in Customer Satisfaction sono quei concessionari che superano quotidianamente le aspettative dei propri Clienti, con passione ed entusiasmo. Tutto questo rende i prodotti ed i marchi del BMW Group una realtà che i Clienti possono vivere al meglio.

Per ulteriori informazioni:

BMW Group Italia  
Patrizia Venturini  
Public Relations  
Email: [Patrizia.Venturini@bmw.it](mailto:Patrizia.Venturini@bmw.it)

Media website: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com) (comunicati e foto) e <http://bmw.lulop.com> (filmati)

**Il BMW Group**

Il BMW Group, con i marchi BMW, MINI, Husqvarna Motorcycles e Rolls-Royce, è uno dei costruttori di automobili e motociclette di maggior successo nel mondo. Essendo un'azienda globale, il BMW Group dispone di 29 stabilimenti di produzione dislocati in 14 paesi e di una rete di vendita diffusa in più di 140 nazioni.

Il BMW Group ha raggiunto nel 2011 volumi di vendita di 1,67 milioni di automobili e oltre 113.000 motociclette nel mondo. I profitti lordi per il 2011 sono stati di 7,38 miliardi di Euro, il fatturato è stato di 68,82 miliardi di Euro. La forza lavoro del BMW Group al 31 dicembre 2011 era di circa 100.000 associati.

Il successo del BMW Group è fondato su una visione responsabile e di lungo periodo. Per questo motivo, l'azienda ha sempre adottato una filosofia fondata sulla eco-compatibilità e sulla sostenibilità all'interno dell'intera catena di valore, includendo la responsabilità sui prodotti e un chiaro impegno nell'utilizzo responsabile delle risorse. In virtù di questo impegno, negli ultimi otto anni, il BMW Group è stato riconosciuto come leader di settore nel Dow Jones Sustainability Index.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com)

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

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

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