

Corporate Communications

Comunicato stampa

San Donato Milanese, 30 novembre 2018

AI BMW Group Technology Innovation Experience 2018 il futuro della mobilità si arricchisce di competenze.

La certificazione del personale del Gruppo BMW contribuisce alla strategia per una mobilità sostenibile, con un occhio di riguardo verso i nuovi orizzonti della trasformazione digitale.

San Donato Milanese. La BMW Vision iNEXT debutta al grande pubblico del Los Angeles Auto Show 2018 e segna l'inizio di una nuova era dove il piacere di guidare si combina al mondo digitale che ci circonda. Connettività, servizi digitali, guida autonoma ed elettrica sono la nuova normalità.

Molto più di un semplice veicolo, la BMW Vision iNEXT rappresenta, infatti, un elemento fondamentale per il futuro del BMW Group, unendo tecnologia, design e un nuovo modo di pensare destinato a permeare l'azienda e i suoi brand. Questa è la prima volta in cui tutte le aree strategiche dell'innovazione del BMW Group sono state incorporate in un unico veicolo.

La vettura tradizionale si trasforma così in una smart car senza perdere le caratteristiche di piacere di guida tipiche del marchio.

Il BMW Group è già oggi nel futuro, la prima introduzione di BMW Connected Drive risale a circa 20 anni fa, tutte le vetture BMW vendute nel nostro paese dal 2016 sono dotate di una scheda telefonica di bordo per la gestione dei servizi digitali. L'elettrificazione è realtà dal 2013, anno di lancio sul mercato della BMW i3, e già nel corso del 2017 sono stati consegnati 100.000 veicoli elettrificati BMW e MINI. Quest'anno saliranno a 140.000 i veicoli elettrici ed ibridi plug-in venduti dal Gruppo. Alla fine del prossimo anno il BMW Group avrà venduto mezzo milione di veicoli elettrificati nel mondo.

La gamma di veicoli elettrificati del BMW Group è in rapida espansione, il modello di Serie BMW iNEXT uscirà dallo stabilimento produttivo di Dingolfing dal 2021 e nel 2025 saremo in grado di offrire 25 modelli elettrificati, di cui 12 puri elettrici. Stiamo

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
www.mini.itCapitale sociale
5.000.000 di Euro i.v.R.E.A.
MI 1403223N. Reg. Impr.
MI 187982/1998Codice fiscale
01934110154Partita IVA
IT 12532500159

già sviluppando la quinta generazione di trazione elettrica BMW. Per il BMW Group la mobilità elettrica è già oggi la normalità.

Il programma di qualificazione del personale del BMW Group rientra nella strategia più ampia del mondo Retail HR: l'offerta per la selezione, lo sviluppo e la fidelizzazione del personale della Rete di Concessionarie.

A fronte di un modello di competenze in linea con i valori del gruppo BMW, il personale viene quindi portato a bordo del mondo BMW, ne viene seguito lo sviluppo, con particolare riguardo per la formazione, sia in ambito commerciale, di vendita o post-vendita, sia in ambito squisitamente tecnico.

Il programma di qualificazione si sviluppa in 3 ambiti di formazione: Tecnico, Aftersales e Commerciale, coprendo più di 20 figure professionali che avranno un ruolo chiave nel successo futuro della strategia BMW e terminando con esami di certificazione specifici per ogni ruolo chiave.

Un esempio significativo per il Gruppo è rappresentato dalla figura del Product Genius BMW, MINI e Aftersales, destinato ad essere il punto di contatto chiave tra la Marca e il cliente, seguendolo passo passo nel processo di soddisfazione dei suoi bisogni.

Il primo passo è rappresentato dall'Initial Certification Training, percorso iniziale di formazione, dedicato allo sviluppo delle competenze di base di ogni ruolo professionale.

La formazione relativa alle novità di prodotto e allo sviluppo di aree di miglioramento viene garantita tramite attività di Focus Training che si svolgono presso il BMW Group Training Centre o presso location esterne appositamente identificate anche per permettere un'adeguata prova di prodotto su strada o in pista.

A fronte di un 2017, conclusosi con una partecipazione di più di 6.300 collaboratori della rete di Concessionari e Officine Autorizzate del Gruppo BMW, per un totale di 14.500 Training Man Days, è previsto un 2018 che avrà visto transitare dalle aule di formazione più di 8.100 persone, raggiungendo un numero di 15.000 Training Man Days.

La formazione si è trasformata dai corsi classici in aula in un percorso formativo sviluppato su tre momenti, il primo di e-learning propedeutico, seguito dalla

partecipazione in aula con, eventuale superamento di esami per ottenere la certificazione, e da un follow-up per una maggiore sostenibilità dei contenuti formativi.

BMW guarda ai confini dell'innovazione digitale grazie allo sviluppo di nuove forme di studio e apprendimento. La Realtà Virtuale, che consente di interagire in forma virtuale con i nuovi prodotti e monitor/devices interattivi che permettono una valutazione in tempo reale delle effettive conoscenze dei componenti dell'aula, sono solo alcuni degli strumenti messi a disposizione presso il Training Centre per integrare perfettamente il progresso dell'auto con l'attenzione verso le persone che compongono l'universo BMW.

Al fine di unire i contenuti formativi con la digitalizzazione e la possibilità di usare più canali di comunicazione, da poco più di un mese BMW è orgogliosa di avere inaugurato presso il Training Centre il Digital Lab: un laboratorio mobile, attrezzato con le più moderne dotazioni audio e video, che permette di formare e informare tramite la realizzazione "in casa" di pillole formative, video e webinar (sessioni formative interattive a distanza). La velocità, che caratterizza la comunicazione odierna, viene così amplificata, ottenendo un livello di formazione personalizzata sempre più vicino alle esigenze dei collaboratori del Gruppo, ma meglio ancora del cliente finale.

L'elettrificazione ha contagiato anche il mondo formativo e BMW Group ha deciso di implementare un percorso di certificazione specifico per poter assistere le vetture ibride ed elettriche BMW e MINI.

Il personale tecnico delle Concessionarie deve svolgere percorsi di formazione ad alto contenuto tecnologico, fino ad un massimo di 14 giorni per BMW i3, i8 e ibride di terza generazione, che si concludono con esami teorici e pratici riguardanti i componenti e la batteria ad alta tensione dei veicoli ibridi ed elettrici.

L'esame finale di certificazione è composto da questionari teorici e da diverse stazioni di lavoro, in cui il candidato deve svolgere simulazioni pratiche che dimostrino la reale padronanza delle competenze richieste per poter svolgere operazioni di manutenzione ordinaria e straordinaria sul sistema di alta tensione delle vetture.



Ad oggi sono state rilasciate più di 670 certificazioni tra BMW i3, BMW i8 e modelli ibridi. Tutti i trainer tecnici incaricati di questo tipo di formazione hanno, a loro volta, dovuto seguire un percorso di qualificazione dedicato, con relativo esame, per acquisire le competenze specifiche richieste.



Per ulteriori informazioni:

Alessandro Toffanin

Product Communications BMW

Telefono: +39 02 51610308

Fax: +39 02 516100308

E-mail: alessandro.toffanin@bmw.it

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

Il BMW Group

Con i suoi quattro marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Come azienda globale, il BMW Group gestisce 30 stabilimenti di produzione e montaggio in 14 paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 paesi.

Nel 2017, il BMW Group ha venduto oltre 2.463.500 automobili e più di 164.000 motocicli nel mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2017 è stato di circa 10,655 miliardi di Euro con ricavi pari a circa 98,678 miliardi di euro. Al 31 dicembre 2017, il BMW Group contava 129.932 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione sul lungo periodo e su un'azione responsabile. Perciò, come parte integrante della propria strategia, l'azienda ha istituito la sostenibilità ecologica e sociale in tutta la catena di valore, la responsabilità globale del prodotto e un chiaro impegno a preservare le risorse.

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da 52 anni e vanta oggi 5 società che danno lavoro a oltre 1.100 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

www.bmwgroup.com

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

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

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

Google+: <https://plus.google.com/+BMWGroup>