



Comunicato stampa  
28 luglio 2020

**BMW Italia ha vinto il NETCOMM AWARD 2020 che premia le migliori iniziative e-commerce in Italia.**

**Nella nona edizione di Netcomm Award il progetto “Presales Tool” di BMW Italia si è aggiudicato il premio di vincitore assoluto e il primo posto nelle categorie Omnichannel e Pagamenti.**

**Netcomm Award 2020**, l'evento organizzato dal Consorzio Digitale Italiano Netcomm, che seleziona le migliori iniziative ecommerce italiane, ha visto protagonista BMW Italia che si è aggiudicata **due premi di categoria** (Omnichannel e Pagamenti) e il **primo posto assoluto**. La selezione è stata compiuta su 50 progetti partecipanti alla nona edizione di Netcomm Award da una giuria di esperti del settore digital commerce a cui è stata aggiunta la valutazione dei consumatori finali.

“Presales tool” di BMW Italia è stato premiato “per l'eccellente integrazione tra canali online e offline e l'ottimo approccio ai metodi di pagamento. Ha saputo unire le necessità degli utenti e dei singoli dealer alla partecipazione di campagne centralizzate dal brand.”

“Presales Tool” è la piattaforma e-commerce sviluppata da BMW Italia per consentire ai propri clienti di ordinare auto, moto o accessori pagando online l'anticipo e scegliendo la propria Concessionaria di fiducia per completare l'acquisto e perfezionare la consegna. Questa soluzione è stata utilizzata per tutti i brand del Gruppo, per effettuare l'ordine della versione “Digital Line” di BMW Serie 1, per la Nuova MINI John Cooper Works GP e per la Nuova BMW R18.

Roberto Liscia, presidente di Netcomm, ha commentato: “Il progetto di BMW Italia, che rientra in una categoria estremamente complessa per l'e-commerce, quella dell'automotive, dimostra come l'adozione di una strategia omnicanale, attraverso una gestione integrata tra online e offline, consente al consumatore di vivere la medesima esperienza in tutti i touchpoint del suo customer journey. La chiave è, infatti, l'ottimizzazione



dell'esperienza del cliente, sia essa fisica o digitale, perché si abbattono le barriere tra i canali e si sfrutta una piattaforma comune.”

Massimiliano Di Silvestre, Presidente e Amministratore Delegato di BMW Italia, ha dichiarato: “Come abbiamo recentemente sperimentato, il digitale trova impiego in ogni ambito della nostra vita, dal commercio elettronico alle soluzioni per il business, dalla scuola alla vita familiare. In BMW Italia abbiamo riconosciuto questo trend ben prima che diventasse una scelta obbligata, adattando i nostri processi e i nostri strumenti per permettere ai nostri clienti di scegliere la propria modalità di interazione preferita con i nostri brand. Il nostro compito è garantire che ogni momento di contatto con i clienti – fisico o virtuale che sia – sappia trasmettere i nostri valori di marca e coinvolgerli in una relazione autentica, indipendentemente dal canale scelto e con la possibilità di passare da uno all'altro senza interrompere la relazione.”



Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio  
Corporate Communication Manager  
Telefono: +39 0251610088  
E-mail: [marco.di-gregorio@bmw.it](mailto:marco.di-gregorio@bmw.it)  
Media website: [www.press.bmwgroup.com](http://www.press.bmwgroup.com) e <http://bmw.lulop.com>

### **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. Il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2019, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 175.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2019 è stato di 7,118 miliardi di Euro con ricavi per 104,210 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2019, il BMW Group contava un organico di 126.016 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. Per questo l'azienda ha stabilito come parte integrante della propria strategia 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 oltre 50 anni e vanta oggi 4 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](http://www.bmwgroup.com)

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

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

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

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmwgroup/>