



BUSINESS ATHELETE: la campaña de mercadotecnia internacional para el nuevo BMW Serie 5 entra a una etapa decisiva

Comercial de TV y película online con la participación del actor Scott Eastwood.

Múnich. A sólo semanas de que el BMW Serie 5 Sedán de séptima generación llegue a los concesionarios de todo el mundo el 11 de febrero de 2017, campañas publicitarias a nivel internacional están entrando a una etapa decisiva. Al centro de la campaña se encuentra el nuevo comercial de TV que cuenta con la participación del actor de Hollywood Scott Eastwood.

Líder del segmento global: el BMW Serie 5.

Con aproximadamente 7.9 millones de unidades vendidas, el BMW Serie 5 es una de las Series más importantes de BMW. La sexta generación fue elegida por más de 2.1 millones de clientes, convirtiéndola en el líder global del segmento Premium de vehículos de tamaño mediano.

El BMW Serie 5 de séptima generación ahora está programado para conservar este liderazgo. Con una dinámica de conducción mejorada, una gama sin precedentes de sistemas de asistencia, conectividad única y controles intuitivos, establece nuevos estándares en el mundo automotriz. Los elementos incluyen el Asistente de Voz Inteligente, control de gestos y el sistema BMW Head-Up Display – ahora con un área de proyección 70 por ciento más grande. En combinación con los servicios de BMW Connected y otras innovaciones, tales como On-Street Parking Information y Remote 3D View, hacen que el nuevo BMW Serie 5 sea el mejor vehículo ejecutivo.

Campaña pre-lanzamiento digitales.

La campaña actual ya está en proceso desde 2016, con actividades pre-lanzamiento en más de 40 mercados alrededor del mundo. Enfocándose principalmente en canales digitales, las comunicaciones concuerdan con la función pionera del BMW Serie 5 en cuanto a conectividad y digitalización. Varios “teasers” relacionados con BMW Connected y la conducción asistida automatizada atrajeron la atención de inmediato, destacando las innovaciones en el BMW Serie 5. Tan sólo las primeras publicaciones de la campaña actual generaron más de 18 millones de contactos en Facebook y más de 24 millones en Instagram.

Un componente adicional de la campaña principalmente digital es el relanzamiento de la serie de películas The Hire en BMWFilms.com. Después de un descanso de 15 años, la oferta más reciente es The Escape, trabajo del director nominado al Oscar Neill Blomkamp. El video online incluye escenas dramáticas de persecución que cuentan con el BMW Serie 5, con el conductor de culto Clive Owen en el volante una vez más. Poco después de salir online, el recién llegado ha sido observado en acción por más de 5.5 millones de fanáticos en YouTube. Las respuestas de la prensa fueron positivas de principio a fin y llegaron a más de 125 millones de personas en todo el mundo.

“BMW Films tiene una presencia real en las redes sociales y es el ejemplo perfecto de la forma en la que la mercadotecnia con contenido auténtico puede apoyar y extender de forma orgánica la campaña de un producto,” explica Hildegard Wortmann, Director de la Marca BMW.



Entretanto, en el mundo no digital, los “closed rooms” en más de 70 ciudades alrededor del mundo atrajeron a más de 70,000 visitantes, quienes estuvieron dispuestos a ver el diseño y los elementos técnicos del nuevo sedán ejecutivo por ellos mismos.

BUSINESS ATHLETE.

Bajo el eslogan BUSINESS ATHLETE, la campaña de comunicación ahora está entrando a una etapa decisiva. El nuevo BMW Serie 5 Sedán se trata de la emoción de la conectividad sin precedentes y de una dinámica de conducción mejorada, y tiene todo lo que necesita para llevar a la clase ejecutiva a la cima: es, sencillamente, el BUSINESS ATHLETE. La comunicación se enfoca en innovación, dinamismo, clase ejecutiva y placer de conducir, enfatizándolos a varios grados en diferentes mercados alrededor del mundo.

Un elemento clave en la campaña es, por supuesto, el actor Scott Eastwood. Scott es un testimonio nuevo y joven, y su ambición y dinamismo son el complemento perfecto para el nuevo BMW Serie 5 Sedán.

Las colaboraciones con Scott Eastwood no cubrirán sólo los anuncios de TV clásicos, sino también una gama de formatos online.

En los comerciales de TV, que duran de 30 a 45 segundos, el BMW Serie 5 afirma su carácter fuerte, inquebrantable al perseguir su trayectoria elegida en la vida. Tanto el vehículo como el conductor van hacia delante de forma incansable, con un espíritu entusiasta y un enfoque claro. El mensaje de los comerciales se complementa con una etiqueta que presenta el híbrido conectable BMW 530e iPerformance, y con él los atributos de la sustentabilidad y la tecnología.

“Los mensajes clave de nuestro comercial son claros: el éxito se debe ganar. Nunca hay que dormirse en sus laureles,” explica Hildegard Wortmann, Director de la Marca BMW. “Eso es tan cierto del nuevo BMW Serie 5 como lo es de Scott Eastwood. Y es sólo una de las razones por las que los dos se complementan tan bien.”

Scott Eastwood: “He sido fanático de BMW durante muchos años, y fue una gran experiencia trabajar con su equipo creativo en esta campaña.”

Filmado en y cerca de Los Ángeles en EE.UU., el comercial fue creado por el director ganador de premios Alex Feil.

La cooperación con Scott Eastwood también se ha extendido para cubrir una serie de videos cortos digitales adicionales, incluyendo un corto ingenioso en el que se explica el nuevo elemento Remote 3D View (Vista 3D Remota). Otros recursos serán distribuidos en los canales online y de medios sociales, específicos de cada canal.

Al mismo tiempo, la campaña de mercadotecnia alrededor del nuevo BMW Serie 5 Sedán marca el lanzamiento de la Identidad Corporativa actualizada de BMW y de sus nuevas imágenes, las cuales están diseñadas para destacar por completo la estética, el dinamismo y el carisma innovador del nuevo modelo. Títulos tales como “El éxito no se hereda. Debe ganarse” y “Construido para sobresalir”, subrayan las ambiciones y aspiraciones del sedán empresarial, mientras que innovaciones como la pantalla táctil Touch Display se presentan en videos adicionales.



La campaña “BUSINESS ATHLETE” será adaptada para su uso en más de 40 países en todo el mundo. En Alemania, la campaña se está lanzando bajo el eslogan “DIE EROBERUNG DER DIGITALEN WELT” (“Conquistando el mundo digital”).

Agencias de publicidad:

Agencia líder internacional: Jung von Matt (Alster), Hamburgo

Acerca de BMW Group

Con sus tres marcas BMW, MINI y Rolls-Royce, BMW Group es el fabricante Premium líder en vehículos y motocicletas; el cual, a su vez, proporciona servicios financieros y productos de movilidad de alta calidad. Al ser una empresa global, BMW Group opera 31 instalaciones de producción y ensamble en 14 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2016, el Grupo BMW vendió aproximadamente 2 millones 367 mil vehículos y alrededor de 145 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2015 fue de aproximadamente 9 mil 22 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 92 mil 18 millones de euros. El 31 de diciembre de 2015, el Grupo BMW tenía una mano de obra de 122,244 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. Por ello, la compañía ha establecido la sustentabilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, responsabilidad en los productos y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

www.bmwgroup.com

Facebook: http://www.facebook.com/BMWGroup_

Twitter: http://twitter.com/BMWGroup_

YouTube: http://www.youtube.com/BMWGroupview_

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>

Acerca de BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe

BMW Group en la región de Latinoamérica comercializa las tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como en algunos países también se incluye la submarca BMW i. BMW Group México inició sus actividades a finales de 1994 y por tanto celebró en 2014 el 20 aniversario de presencia en este país. En la región de Latinoamérica el primer importador se ubicó en Ecuador en 1958, con lo que se tiene presencia desde hace más de 50 años.

El Grupo cuenta con dos plantas en Brasil, una ubicada en Araquari, Santa Catarina, con enfoque en la producción de autos. La otra planta se ubica en Manaus, Amazonas, la cual es la primera instalación que fabrica vehículos de dos ruedas de la marca fuera de Alemania. En julio de 2014, se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de producción en San Luis Potosí, México; la cual iniciará operaciones en el 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.

La región de BMW Group en México, Latinoamérica y el Caribe se compone de 26 países: Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Bolivia, Curacao, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Islas Caimán, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Santa Lucía, Surinam, Trinidad y Tobago y Uruguay. De estos países, 26 ofrecen la marca BMW, 19 ofrecen la marca MINI, 13 la marca BMW Motorrad y 4 la submarca BMW i.

Además, cuenta con una organización de servicio y postventa, que ofrece atención a clientes.

Para mayor información favor de contactar a:**Comunicación Corporativa - BMW Group México, Latinoamérica y el Caribe**

Vladimir Mello

Juan Bernardo Vázquez Mellado

vladimir.mello@bmw.com.mx

bernardo.vazquezmellado@bmw.com



Zolveing Zúñiga
Edgar Téllez
Tania Gómora

zolveing.zuniga@bmw.com.mx
edgar.tellez@bmw.com.mx
tania.gomora@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Planta San Luis Potosí (México)

Almut Stollberg
Paola Félix

almut.stollberg@bmw.de
paola.felix@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Argentina

Dan Christian Menges

christian.menges@bmwna.com

Agencia de relaciones públicas regional - Porter Novelli

Martha Reséndiz Teléfono: 52 5 5010 3210
Allan Díaz Teléfono: 52 5 5010 3246
Rocío Pavón Teléfono: 52 5 5010 3270
Sara Gurza Teléfono: 52 5 5010 3284

martha.resendiz@porternovelli.mx
allan.diaz@porternovelli.mx
rocio.pavon@porternovelli.mx
sara.gurza@porternovelli.mx

www.press.bmwgroup.com/mx.html

BMW TV: <http://www.bmw.tv/web/com/video.do>

BMW Youtube channel: http://www.youtube.com/user/BMW_