



BMW Motorrad anuncia el inicio de operaciones de Monterrey Valle: su primer “Point of Experience” de Latinoamérica.

- Los “Point of Experience” de BMW Motorrad son espacios de venta que ofrecen a los clientes elementos vivenciales que los acercan a la filosofía “Make Life a Ride”; solo existen 25 alrededor del mundo.
- México se convierte en el primer país de Latinoamérica en ser seleccionado por la marca bávara para instalar este nuevo concepto.
- En 1,800 m² de superficie, los amantes del segmento de riders experimentarán una innovación en el proceso de compra convencional.

Monterrey, Nuevo León a 20 de agosto de 2020. BMW Group siempre ha portado la bandera de la innovación en el mundo y en los países en los que tiene presencia. Latinoamérica no es la excepción y por ello BMW Motorrad transforma la manera en la que se acerca al segmento de riders, a través de la evolución de sus puntos de venta con los ahora denominados “Point of Experience”: un lugar cien por ciento vivencial que acerca a sus visitantes a la filosofía “Make Life a Ride”. Alrededor del mundo solo existen 25 “Point of Experience” de BMW Motorrad, el primero se inauguró en Sudáfrica en 2018.

BMW Motorrad anuncia el inicio de operaciones del primer “Point of Experience” en Latinoamérica: Monterrey Valle. Así, México se convierte en el primer país de la región en ser seleccionado por la marca bávara para instalar este nuevo concepto. El “Point of Experience” Monterrey Valle está ubicado en el Municipio de San Pedro Garza García; dicho Municipio fue evaluado por el INEGI como el lugar del país mejor percibido en seguridad durante 2019. BMW Motorrad apertura este proyecto de la mano de Discover Monterrey, empresa que se une a la Red de Distribuidores de BMW Group.

“Con los “Point of Experience” buscamos ofrecer a nuestros seguidores elementos vivenciales en comparación a los puntos de venta convencional. Es un logro para todo el equipo que conformamos BMW Motorrad Latinoamérica que Monterrey Valle haya sido elegido como el primer “Point of Experience” de la región. Con lo cual refrendamos el compromiso de la marca y su Red de Distribuidores por continuar creciendo e innovando en un concepto que seguramente atraerá a quienes buscan adentrarse a la filosofía “Make Life a Ride.”, compartió Alejandro Echeagaray, Director de BMW Motorrad para la región de Latinoamérica.

El “Point of Experience” Monterrey Valle tiene el concepto de generar una atmósfera especial de BMW Motorrad tanto para la exhibición de sus productos como para la experiencia de sus seguidores que los visitan. En una superficie de 1,800 m² se transmite un ambiente de motociclismo donde se enfatizan cada uno de los segmentos de BMW Motorrad: Heritage, Adventure, Sport, Roadster, Urban; también se contará con una zona de exhibición de: rider equipment (equipamiento



para el motociclista), life & style (colección de ropa) y accesorios para motocicletas. Así mismo, los visitantes podrán tendrán acceso a otras áreas que serán un punto de reunión para la comunidad de motociclistas, como:

- Taller y “Workshop of the Future”
 - ⇒ El “workshop of the future” es una rampa de servicio, integrado al showroom, en donde el cliente estará más cerca del asesor técnico mientras éste realiza su servicio.
 - ⇒ BMW Motorrad innova al brindarle al cliente la experiencia de realizar una reparación menor bajo la supervisión del asesor o pueden comprar e instalar accesorios adicionales a su motocicleta.
- Cafetería.
- Terraza con asador BBQ.
- Mesa de billar.
- Staging area (zona de exhibición) para nuevos productos.
- Áreas comunes como áreas de trabajo y zona de accesorización.

Todos los modelos de la gama BMW Motorrad se encontrarán en exhibición en el “Point of Experience Monterrey Valle”. Es importante destacar que la motocicleta BMW R 18 del segmento Heritage visitó el área “Heritage Shop in Shop” (nuevo concepto en los showrooms de BMW Motorrad) con el objetivo de destacar su reciente lanzamiento de manera virtual a nivel mundial.

Por su parte, Michel Goudet, Director de BMW Motorrad para México y los Mercados Importadores de Latinoamérica comentó: “Estamos orgullosos de traer esta innovación en puntos de venta a México, Monterrey es una ciudad donde se encuentra un gran número de seguidores de nuestra filosofía “Make Life a Ride”. En BMW Motorrad seguiremos trabajando con nuestra Red de Distribuidores para traer las innovaciones de la marca al territorio mexicano; y queremos hacer un reconocimiento especial a Discover Motor por mantener el proyecto durante esta época de contingencia, la cual ha representado un gran reto para todos. Estamos listos para recibir a los visitantes en esta nueva sede, en cuanto las autoridades nos den luz verde para hacerlo”.

Es importante mencionar que el “Point of Experience” Monterrey Valle puede ser visitado por todas las personas que ya sean motociclistas experimentados o quienes no hayan manejado un vehículo de dos ruedas en toda su vida. Ya que en esta nueva sede se ofrecerán cursos de conducción y de mecánica. Incluso las personas que solo quieran conocerlo pueden visitarlo y hacer uso de sus áreas comunes sin necesidad de alguna reservación previa.

El “Point of Experience” Monterrey Valle se encuentra ubicado en: Calzada del Valle Poniente No. 167, entre Río San Juan y Río Balsas, Colonia del Valle, San Pedro Garza García, Nuevo León, C.P. 66220 Teléfono: +52 81 1768 7442 Horario de atención: debido a la contingencia la atención a clientes es realizada a través de teléfono y redes sociales. En cuanto las autoridades del estado de Nuevo León de



autorización para realizar la apertura se avisarán a través de las redes sociales de Monterrey Valle:

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW-Motorrad-Valle-100594098099624>

Instagram: https://www.instagram.com/bmw_motorrad_valle/

Acerca de BMW Group

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, 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 15 países y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2019, BMW Group vendió más de 2.5 millones vehículos y más de 175 mil motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2019 fue de aproximadamente 7 mil 118 millones de euros sobre ingresos que ascienden a 104 mil 210 millones de euros. Al 31 de diciembre de 2019, BMW Group tenía una mano de obra de 126,016 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>

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

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

Acerca de BMW Group Latinoamérica

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 2019 el 25 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 inició operaciones en 2019 con la nueva generación del BMW Serie 3.

La región de BMW Group Latinoamérica se compone de 28 países: Antigua, Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Bolivia, Brasil, 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, 28 ofrecen la marca BMW, 15 ofrecen la marca MINI, 15 ofrecen la marca BMW Motorrad y 7 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 Latinoamérica

Vladimir Mello

vladimir.mello@bmw.com.mx

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmellado@bmw.com



Zolveing Zúñiga
Édgar 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)

Elizabeth Arreguín
Julian Argüelles

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx
julian.arguelles@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - Argentina

Gonzalo Rodiño
Tania Silva

gonzalo.rodino@bmw.com.ar
tania.silva@partner.bmw.com.ar

Agencia de relaciones públicas regional – JeffreyGroup

Adriana Olmedo
Vanessa Angulo
Antonio Domínguez
Angela Del Castillo
Federico Martínez
Guillermo García

aolmedo@jeffreygroup.com
vangulo@jeffreygroup.com
adominguez@jeffreygroup.com
adelcastillo@jeffreygroup.com
fmartinez@jeffreygroup.com
garcia@jeffreygroup.com

Planta San Luis Potosí (México) – JeffreyGroup

Denys Méndez
Marisol Borbolla
Arturo Tobias
Zaira Nolasco

dmendez@jeffreygroup.com
mborbolla@jeffreygroup.com
atobias@jeffreygroup.com
znolasco@jeffreygroup.com

BMW Group PressClub

www.press.bmwgroup.com/mx.html
www.press.bmwgroup.com/latin-america-caribbean?language=es
www.press.bmwgroup.com/argentina/