

La marca BMW y Tomorrowland crean una experiencia musical completamente nueva con la ayuda de la Inteligencia Artificial.

- La marca BMW renueva su alianza estratégica con el festival de música Tomorrowland edición 2023, el cual se lleva a cabo en Bélgica.
- A través de un sitio web, los seguidores de la marca BMW y Tomorrowland podrán generar su propia canción personalizada con un video y compartirla en redes sociales.
- La aplicación innovadora de ChatGPT crea contenido de redes sociales único para los mercados europeos bajo el lema "Track to Tomorrow".

Múnich, Alemania / Boom, Bélgica. 27 de julio de 2023. El festival de música Tomorrowland, que se lleva a cabo anualmente en la ciudad de Boom - Bélgica, es uno de los eventos más populares y espectaculares del mundo para los fanáticos de la música electrónica. Tras la exitosa asociación del año pasado, la colaboración a nivel Europa entre la marca BMW y este festival de música ahora está entrando en una nueva fase. Como parte de esta última aventura, los amantes de la música de toda Europa tendrán la oportunidad de generar sus propios éxitos de baile con la ayuda de la Inteligencia Artificial (IA) y compartirlos en sus canales de redes sociales.

Al utilizar IA en su primera campaña paneuropea en las redes sociales con Tomorrowland, la marca BMW refuerza una vez su rol como fabricante de automóviles Premium impulsor de la innovación. La marca BMW crea una experiencia musical sin precedentes al utilizar la última tecnología de IA en forma creativa, lo cual es un trabajo conjunto con "The Marcom Engine", la plataforma de agencias europeas de BMW Group.

"Future Record by Tomorrowland & BMW": contenido innovador y único que fomenta el intercambio en redes sociales.

A través del sitio <https://futurerecord.ai/> se promueve una forma innovadora de exploración de sonido e invita a todos los seguidores de la música dance electrónica y de la marca BMW a crear su propia canción personalizada bajo el lema: "Track to Tomorrow". La experiencia da inicio al ingresar el sitio, donde chatbot va dirigiendo la conversación en inglés; esta herramienta les realizará una serie de preguntas al usuario (Ejemplo: su género musical y sus ritmos preferidos; así como su estado de ánimo actual y sus visiones para el festival Tomorrowland) con opción de seleccionar respuestas de opción múltiple. Al seleccionar cada respuesta, la IA mezcla un "Track to Tomorrow" personalizado para cada usuario. Las respuestas también se utilizan para generar letras únicas para la canción a través de una interfaz de ChatGPT, las cuales se muestran en el sitio al ritmo de la música.

Al finalizar la experiencia, el usuario obtiene en el sitio su "Track to Tomorrow" personalizado, el cual puede descargar y/o compartir en redes sociales. El "Track to Tomorrow" de cada usuario es ilustrado con una portada digital, también creada por inteligencia artificial, en la cual se muestra el nombre del usuario. Con respecto a las redes sociales a través de las cuales se puede compartir la canción: incluyen un video que contiene imágenes generadas por IA y la pista de audio que es ideal para compartir en TikTok, Instagram Reels y YouTube Shorts. La opción de

añadir una introducción con dedicatoria antes de la canción es otra opción que se destaca en esta experiencia para el usuario y que hace la canción única.

A través de esta actividad, la marca BMW realiza su primera campaña de medios sociales en toda Europa, la cual permitirá generar contenido creado por los seguidores de BMW y Tomorrowland antes, durante y después del evento presencial. Esta campaña de la marca BMW irá acompañada de la activación de personas generadoras de contenido y una estrategia de marketing en TikTok. Con lo cual la marca BMW refuerza su mensaje de innovación a través de las experiencias que ofrece a sus seguidores.

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 más de 30 instalaciones de producción y cuenta con una red global de ventas en más de 140 países.

En 2022, BMW Group vendió más de 2.4 millones vehículos y más de 202,000 motocicletas en todo el mundo. La ganancia antes de los impuestos para el ejercicio 2022 fue de aproximadamente 16.1 mil millones de euros sobre ingresos, que ascienden a 111.2 mil millones de euros. Al 31 de diciembre de 2021, BMW Group contaba con una mano de obra de 118,909 empleados.

El éxito de BMW Group siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La compañía marcó el rumbo del futuro en una etapa temprana y de manera consistente, haciendo que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean fundamentales para su dirección estratégica, desde la cadena de suministro, pasando por la producción hasta el final de la vida útil de todos los productos.

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/bmw-group/>

Acerca de BMW Group Latinoamérica

BMW Group es líder en productos y servicios de tecnologías de movilidad individual Premium en Latinoamérica, donde comercializa sus tres marcas BMW, MINI y BMW Motorrad; así como vehículos electrificados de la submarca BMW i en algunos países de la región. BMW es la marca automotriz Premium favorita en Latinoamérica, con más de uno en cada tres vehículos vendidos en la región. En 2022, la marca ha comercializado 37,726 unidades, con 35.1% de participación de mercado. MINI ha vendido 6,737 unidades en igual período con 6.3% de participación de mercado. BMW Motorrad ha comercializado 25,480 motocicletas. La marca BMW es líder de ventas en todos los mercados de Latinoamérica donde posee una oficina nacional: Argentina, Brasil, México, y de igual manera es líder al totalizar los mercados importadores. BMW Motorrad ha tenido récord de ventas y hoy cuenta con 3 de sus 15 principales mercados globales en Latinoamérica: Brasil, México y Mercados Importadores. Con la electrificación como uno de los pilares del Grupo, alrededor de 20% de las ventas de BMW Group en Latinoamérica son de vehículos eléctricos o híbridos conectables. BMW Group ha entregado más de 40 mil equipos de carga personales o corporativos en la región.

El Grupo cuenta con 4,200 colaboradores en la región de Latinoamérica. Sus oficinas de ventas se localizan en Argentina, Brasil y México (donde se ubica la oficina regional). Las plantas de producción de BMW Group en la región se encuentran ubicadas en Brasil y México. Brasil cuenta con dos plantas, una ubicada en Araquari -Santa Catarina, con enfoque en la producción de automóviles; la otra planta en Manaus - Amazonas, la cual es la 1ª instalación que fabrica motocicletas fuera de Alemania. En México se anunció la inversión de mil millones de dólares para la construcción y operación de una planta de BMW Group en San Luis Potosí en julio de 2014. Este sitio de producción inició operaciones en 2019 con la producción del BMW Serie 3; en 2021 se comunicó la ampliación de su operación para incluir la fabricación del BMW Serie 2 Coupé y en 2022 del BMW M2, ambos exportados a todo el mundo. A partir de 2027, la planta de San Luis Potosí incorporará la producción de vehículos eléctricos y baterías con una inversión de 800 millones de dólares.

Como información adicional Brasil cuenta con un equipo de Ingeniería para apoyar desarrollos globales, además de los retos en la región y organización de soporte al cliente, que ofrece atención a consumidores.

Para mayor información favor de contactar a:

Comunicación Corporativa - BMW Group Latinoamérica

Joao Veloso

joao.veloso@bmw.com.mx

Juan Bernardo Vázquez Mellado

bernardo.vazquezmellado@bmw.com.mx

Zolveing Zúñiga

zolveing.zuniga@bmw.com.mx

Edgar Tellez

edgar.tellez@bmw.com.mx

Erika Ferrer

erika.ferrer@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - BMW Group Planta San Luis Potosí (México)

Elizabeth Arreguin

elizabeth.arreguin@bmw.com.mx

Julián Argüelles

julian.arguelles@bmw.com.mx

Comunicación Corporativa - BMW Group Argentina

Gonzalo Di Gregorio

gonzalo.di-gregorio@partner.bmw.com.ar

Comunicación Corporativa - BMW Group Brasil

Fabiano Severo

fabiano.severo@bmw.com.br

Paula Cichini

paula.cichini@bmw.com.br

Agencia de relaciones públicas regional - JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Latinoamérica

bmwgrouplatam@jeffreygroup.com

BMW Group Planta San Luis Potosí (México) - Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Planta SLP

bmwplantaslp@jeffreygroup.com

BMW Group Brasil - Agencia de relaciones públicas JeffreyGroup

Equipo JeffreyGroup - BMW Group Brasil

grupobmw@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/

www.press.bmwgroup.com/brazil/