

Persbericht

5 januari 2017

BMW i start pilot met augmented reality voor productvisualisatie met Tango, Google's smartphone AR technologie.

BMW i start pilot met augmented reality voor modelvisualisatie met gebruik van Tango, Google's smartphone AR technologie.

Unieke productbeleving ontwikkeld door Accenture. Modellen op ware grootte in 3D bekijken en ontdekken. Directe configuratie van kleuren en bekleding mogelijk. Innovatieve nieuwe technologie debuteert bij select aantal dealers, ook in Nederland.

Rijswijk. BMW i is het eerste automerk ter wereld waar modellen driedimensionaal met behulp van augmented reality zijn te bekijken. Vandaag start een pilotprogramma. BMW i maakt gebruik van Tango, Google's smartphone augmented reality technologie, om de BMW i3 of i8 real-size en interactief voor klanten te visualiseren. Ook Nederland neemt deel aan de pilot.

"Bij onze modellen speelt emotie bij de keuze een belangrijke rol. Om dat gevoel over te brengen moet de klant auto's echt ervaren", stelt Andrea Castronovo, BMW Group Vice President, Sales Strategy en Future Retail. "Wanneer een product niet ter plekke aanwezig is, is deze vorm van visualisatie het beste alternatief."

Bij enkele tientallen geselecteerde dealers wereldwijd is nu een pilot gestart. Verkooppunten waar Product Geniussen beschikken over een Tango compatibele smartphone. Daarmee kunnen kopers BMW i modellen driedimensionaal en interactief bekijken en beleven via augmented reality: het is bijvoorbeeld mogelijk de achterklep te openen of virtueel in te stappen om het interieur aan een nadere inspectie te onderwerpen. Eric Johnsen, Head of Business Development voor Augmented Reality bij Google: "Tango onderscheidt zich doordat het de samenhang van ruimtes kan interpreteren. Dus wielen staan bijvoorbeeld werkelijk op de grond, zodat de beleving zo realistisch mogelijk is."

Ook de superieure beeldkwaliteit draagt daaraan bij. "Bij de voorbereidende tests zagen we mensen echt het hoofd knikken als ze instapten, om een pijnlijke confrontatie met een virtuele dakrand te vermijden", zo herinnert Andrea Castronovo zich. "Het is de mate van details waardoor deze technologie voor klanten echt toegevoegde waarde biedt."

Firma
BMW Nederland bv
BMW Group Company

Postadres
Postbus 5808
2280 HV Rijswijk

Bezoekadres
Einsteinlaan 5
2289 CC Rijswijk

Telefoon
(070) 41 33 222

Fax
(070) 39 07 771

Internet
www.bmw.nl
www.mini.nl

Persbericht
Datum 5 januari 2017
Onderwerp BMW i start pilot met augmented reality voor productvisualisatie met Tango, Google's
smartphone AR technologie.
Blad 2

BMW i is het eerste automerk dat Tango gebruikt om klanten deze interactieve productbeleving te bieden. "BMW i is de pionier van innovatie binnen de BMW Group, dus past het ook om bij dit merk de pilot te doen met deze nieuwe retail tool", zo legt Stefan Biermann uit, BMW Group Head of Innovations Sales, BMW i. De BMW i Visualiser App is de jongste innovatie binnen BMW Group's Future Retail programma, dat zo'n drie jaar geleden is uitgerold om de klantbeleving bij aanschaf van een auto te transformeren. Vele elementen van Future Retail zijn al realiteit, zoals de komst van de Product Genius en de Virtual Product Presenter. Die zetten al de norm in de industrie.

De BMW i Visualiser is ontworpen en ontwikkeld door Accenture. Digitale beelddata van BMW i modellen zijn gebundeld in een app met gebruikmaking van Tango technologie. Klanten ervaren een auto op een nieuwe en interactieve manier, met functies die het openen van een portier of het inschakelen van de verlichting mogelijk maken. Om de beleving zo intuïtief en simpel mogelijk te houden is de app tevens een configurator, waar zaken als interieuraankleding, kleuren of verschillende wielen zijn te selecteren en te bekijken. Geconfigureerde modellen zijn op te slaan en te delen, zoals onder meer met BMW i verkooppunten via social media, email of QR code.

Zodra de pilot met succes is voltooid, zal de app worden aangeboden op Google Play, zodat gebruikers van een Tango compatibele device hem overal en op elk gewenst moment kunnen downloaden. "Wij verwachten dat binnen enkele jaren de meeste Android apparaten geschikt zijn voor Tango", stelt Eric Johnsen. "Augmented reality biedt zo'n geweldig potentieel voor retail. Dit is nog maar het begin."

"Ons onderzoek toont aan dat klanten bij de aankoop van een auto openstaan voor nieuwe technologieën, zoals augmented reality, om de online-offline ervaring dichterbij elkaar te brengen", zegt Christina Raab, managing director van Accenture's Automotive divisie. "De integratie van Tango technologie in verkooppunten en configuratietools van BMW i creëert een multichannel-ervaring, die klanten zoeken."

BMW Group Nederland Public Relations

Persbericht
Datum 5 januari 2017
Onderwerp BMW i start pilot met augmented reality voor productvisualisatie met Tango, Google's
smartphone AR technologie.
Blad 3

Rijswijk, 5 januari 2017

Noot voor de redactie

Informatie:

BMW Group Nederland, Corporate Communications
Andrew Mason
Tel.: (070) 413 33 38 Fax: (070) 413 32 68
andrew.mason@bmw.nl / www.press.bmwgroup.nl

Wilt u geen persberichten meer van ons ontvangen? Klik [hier](#)

Volg BMW Nederland op Facebook, Twitter en YouTube.



De BMW Group.

De BMW Group is met de merken BMW, MINI en Rolls-Royce wereldwijd de leidende fabrikant van premium auto's en motorfietsen en biedt ook premium financiële en mobiliteitsdiensten. Als internationaal concern maakt BMW Group gebruik van 31 productie- en assemblagevestigingen in veertien landen en heeft een wereldwijd verkoop- en distributienetwerk in meer dan 140 landen.

In 2015 verkocht de BMW Group wereldwijd ongeveer 2,247 miljoen auto's en bijna 137.000 motorfietsen. In het boekjaar 2015 was de winst voor belastingen € 9,22 miljard en de omzet € 92,18 miljard. Op 31 december 2015 bood de onderneming wereldwijd werk aan 122.244 medewerkers.

Het succes van de BMW Group is van oudsher gebaseerd op langetermijndenken en verantwoord ondernemen. De onderneming heeft ecologische en sociale duurzaamheid in haar gehele waardeketen verankerd. Een allesomvattende productverantwoordelijkheid en spaarzaam omgaan met natuurlijke bronnen maken integraal deel uit van de strategie.

www.bmwgroup.com

Facebook: <https://www.facebook.com/BMW.Nederland>

Twitter: https://twitter.com/BMWGroup_NL

YouTube: <https://www.youtube.com/user/BMWnederland>

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