BMW
Corporate Communications

Informacja prasowa
styczeń 2016

**BMW Group Polska**

**Adres**:

Ul. Wołoska 22A

02-675 Warszawa

**Telefon**

\*48 (0)22 279 71 00

**Fax**

+48 (0)22 331 82 05

[www.bmw.pl](http://www.bmw.pl/)

**Holandia pionierem rynku pilotażowego.**

**Holenderski partner został certyfikowany jako pierwsza międzynarodowa jednostka BMW Driving Experience. Posiada teraz znak jakości “BMW Driving Experience, Oficjalny Partner BMW M”. USA, Chiny i Włochy to kolejne kraje czekające na certyfikat.**

Monachium. W 2013r. zarząd BMW AG zdecydował o internacjonalizacji BMW i MINI Driving Experience. Od tego czasu pomysł nabrał kształtu i podjęto najważniejsze działania na kluczowych rynkach. Ostatni krok to dokonana w Maisach przez zespół certyfikujący BMW i MINI Driving Experience ocena Holandii jako rynku pilotażowego: Driving Experience w Holandii zdał test śpiewająco, przekonując zespół certyfikujący zarówno w części aktywnej jazdy, jak i w zakresie wyglądu zewnętrznego i postrzegania przez klientów. Miejscowy partner zdobył znacznie więcej punktów, niż wymagane do certyfikacji minimum. –Byłem pod wrażeniem, jak dobrze koncepcja i wytyczne BMW Driving Experience zostały wdrożone w Holandii – pochwalił Robert Eichlinger, Dyrektor BMW i MINI Driving Experience. W ramach tej internacjonalizacji przygotowania do certyfikacji idą pełną parą w USA, Chinach i Włoszech.

Istotnym elementem internacjonalizacji BMW i MINI Driving Experience jest utrzymanie jednolitych standardów we wszystkich obszarach a nawet ich przekroczenie. Ocenie podlegają wszystkie elementy wpływające na wrażenia odnoszone przez klienta, takie jak zachowanie instruktorów, znajomość i interakcje z uczestnikami, treść szkolenia, całościowe prowadzenie szkolenia oraz budynki i miejsca do ćwiczeń praktycznych – to tylko niektóre kryteria certyfikacji.

Po zdobyciu certyfikatu, holenderski oddział Driving Experience może oficjalnie używać znaku jakości „BMW Driving Experience, Oficjalny Partner BMW M”. BMW Holandia oczekuje, że certyfikat ten otworzy nowe możliwości. – BMW Driving Experience to bogate w emocje przeżycie związane z produktem, które jest niezmiernie cennym narzędziem pozyskiwania nowych klientów i utrzymywania lojalności obecnych – wyjaśnia Peter Haug, odpowiedzialny za zarządzanie marką BMW i usługi marketingowe w BMW Holandia.

**W przypadku pytań prosimy o kontakt z:**

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager

Tel.: +48 728 873 932, e-mail: katarzyna.gospodarek@bmw.pl

**BMW Group**

BMW Group, w której portfolio znajdują się marki BMW, MINI oraz Rolls-Royce, jest światowym liderem wśród producentów samochodów i motocykli segmentu premium. Oferuje również usługi finansowe, a także z zakresu mobilności. Firma posiada 30 zakładów produkcyjnych i montażowych w 14 państwach oraz ogólnoświatową sieć sprzedaży w ponad 140 krajach.

W 2014 roku BMW Group sprzedała na całym świecie ok. 2,118 mln samochodów oraz 123 000 motocykli. W 2013 r. jej zysk przed opodatkowaniem wyniósł 7,91 mld euro przy dochodach 76,06 mld euro (dane za rok finansowy). Na dzień 31 grudnia 2013 r. globalne zatrudnienie sięgało 110 351 pracowników.

Źródłem sukcesu BMW Group jest długofalowe planowanie oraz działanie w sposób odpowiedzialny. Ważną częścią strategii firmy jest zrównoważony rozwój w aspekcie społecznym i ochrony środowiska w całym łańcuchu dostaw, pełna odpowiedzialność za produkt oraz  zobowiązania na rzecz oszczędzania zasobów. Polityka ta stanowi integralną część strategii rozwoju przedsiębiorstwa.

[www.bmwgroup.com](http://www.bmwgroup.com/)

Facebook: [http://www.facebook.com/BMW.Polska](http://www.facebook.com/BMWGroup)

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

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

Google+: [http://googleplus.bmwgroup.com](http://googleplus.bmwgroup.com/)