

Informacja prasowa  
05.01.2017 r.

## **BMW i testuje „Augmented Reality Product Visualiser” w oparciu o Tango, technologię AR do smartfonów opracowaną przez Google**

Unikalne, interaktywne narzędzie dla klientów stworzone i zrealizowane przez Accenture

Wizualizacja i poznawanie produktów w 3D w oryginalnych rozmiarach  
Błyskawiczna konfiguracja kolorów i obręczy kół

Testy nowej technologii w wybranych punktach sprzedaży

**Monachium.** BMW i to pierwszy producent samochodów na świecie, który w ramach projektu pilotażowego umożliwi swoim klientom interaktywne poznawanie swoich produktów w technologii rozszerzonej rzeczywistości 3D. Za pomocą Tango, przeznaczonej na smartfony technologii rozszerzonej rzeczywistości autorstwa Google, klienci mogą oglądać swoje idealne BMW i3 lub i8 w postaci interaktywnej wizualizacji w oryginalnych rozmiarach.

„Nasze samochody to emocjonalne produkty, i aby przekazać te emocje, trzeba pozwolić ich doznać”, mówi Andrea Castronovo, Vice President, Sales Strategy and Future Retail w BMW Group. „Gdy żądany produkt nie jest akurat dostępny na miejscu, wizualizacja jest najlepszym sposobem na zapoznanie się z nim”, dodaje.

Projekt pilotażowy wystartuje najpierw w dwucyfrowej liczbie punktów sprzedaży. Wybrani specjaliści ds. produktu (tzw. Product Genius) wyposażeni są w obsługujące aplikację Tango urządzenie mobilne umożliwiające wizualizację oraz poznawanie produktów BMW i. Funkcja rozszerzonej rzeczywistości generuje obraz 3D, który można poznawać interaktywnie: klient może na przykład otwierać drzwi lub bagażnik, może nawet „wsiąść” do auta, aby obejrzeć jego wnętrze. Eric Johnsen, Head of Business Development for Augmented Reality w firmie Google, mówi: „Cechą szczególną Tango jest to, że rozumie ono kontekst przestrzeni, w której się znajduje. Oznacza to na przykład, że koła samochodu rzeczywiście znajdują się na ziemi. Daje to znacznie bardziej realistyczne wrażenie.”

**BMW Group Polska**

**Adres:**

ul. Wołoska 22A  
02-675 Warszawa

**Telefon**

\*48 (0)22 279 71 00

**Faks**

+48 (0)22 331 82 05

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

Jakość generowanego obrazu jest przy tym zdumiewająco bliska rzeczywistości: „Podczas naszych pierwszych testów obserwowaliśmy osoby, które schylały się, aby „wsiąść” do auta, tak jak gdyby faktycznie istniała rama drzwi, o którą można by było uderzyć się w głowę”,

Informacja prasowa

Data 5 stycznia 2017 r.

Temat BMW i testuje „Augmented Reality Product Visualiser” w oparciu o Tango, technologię AR do smartfonów opracowaną przez Google

Strona 2

opowiada Andrea Castronovo. „To pokazuje, że ta technologia faktycznie jest dla klienta wartością dodaną”, twierdzi.

BMW i to pierwsza marka samochodowa, która stosuje Tango do tego rodzaju interaktywnych demonstracji dla klientów. „BMW i jest prekursorem innowacji w ramach BMW Group, dlatego doskonale nadaje się do testowania tego nowego narzędzia sprzedaży w ramach projektu pilotażowego”, wyjaśnia Stefan Biermann, BMW Group Head of Innovations Sales, BMW i. Aplikacja BMW i Visualiser to najnowsza innowacja w ramach programu BMW Group Future Retail. Program rozpoczęty przed około trzema laty w istotnej mierze zmienił możliwości poznawania produktu przez klientów przy sprzedaży samochodów. Wiele istotnych elementów z zakresu Future Retail, takich jak Product Genius czy Virtual Product Presenter, wyznaczyło nowe standardy w branży.

Aplikacja BMW i Visualiser została opracowana i stworzona przez firmę Accenture. Zawiera cyfrowy obraz pojazdów BMW i wykorzystuje technologię Tango. BMW i Visualiser umożliwi klientom poznawanie samochodu w nowy, interaktywny sposób. Aplikacja umożliwi na przykład otwieranie drzwi lub włączanie świateł. Aby zapewnić intuicyjne i jednocześnie proste korzystanie, aplikacja celowo nie została pomyślana jako pełen konfigurator pojazdu, lecz jako narzędzie do wizualizacji umożliwiające np. zmianę kolorów karoserii i wnętrza lub obręczy kół poprzez dotykanie ekranu. Po zakończeniu wizualizacji klient może zapisać dane lub udostępnić je innym, np. punktom sprzedaży BMW i, w mediach społecznościowych lub jako kod QR.

Po zakończeniu projektu pilotażowego planowane jest udostępnienie aplikacji w Google Play, tak aby klienci posiadający urządzenia obsługujące funkcję Tango mogli korzystać z nich w dowolnym miejscu i czasie. „Zakładamy, że w najbliższych latach większość urządzeń premium z systemem Android będzie obsługiwała Tango”, mówi Eric Johnsen. „Rozszerzona rzeczywistość ma w handlu ogromny potencjał; dopiero zaczynamy nad tym pracować.”

Informacja prasowa

Data 5 stycznia 2017 r.

Temat BMW i testuje „Augmented Reality Product Visualiser” w oparciu o Tango, technologię AR do smartfonów opracowaną przez Google

Strona 3

„Nasze badania potwierdzają, że klienci chętnie korzystają przy zakupie auta z technologii takich jak Augmented Reality, aby zapewnić sobie jeszcze lepsze wrażenia online i offline. Wykorzystanie technologii Tango w BMW i oraz jej integracja z punktami sprzedaży i dotychczasowymi narzędziami konfiguracji zapewnia właśnie takie wszechstronne wrażenia, jakich szukają klienci.”

**W przypadku pytań prosimy o kontakt:**

Katarzyna Gospodarek, Corporate Communications Manager  
Tel.: +48 728 873 932, e-mail: [katarzyna.gospodarek@bmw.pl](mailto:katarzyna.gospodarek@bmw.pl)

**BMW Group**

BMW Group, reprezentująca marki BMW, MINI i Rolls-Royce, jest jednym z wiodących na świecie producentów samochodów i motocykli w segmencie premium, a także dostawcą wysokiej jakości usług finansowych i mobilnościowych. Ten międzynarodowy koncern obejmuje 31 zakładów produkcyjnych i montażowych w 14 krajach oraz międzynarodową sieć dystrybutorów z przedstawicielstwami w ponad 140 krajach.

W roku 2015 firma BMW Group sprzedała około 2,247 mln samochodów oraz niemal 137 000 motocykli na całym świecie. Dochód przed opodatkowaniem wyniósł 9,22 mld EUR, a obroty 92,18 mld EUR. Na dzień 31 grudnia 2015 r. globalne zatrudnienie w przedsiębiorstwie wynosiło 122 244 osoby.

Sukces BMW Group od samego początku wynika z myślenia długofalowego oraz podejmowania odpowiedzialnych działań. Dlatego też przedsiębiorstwo stworzyło politykę równowagi ekologicznej i społecznej w całym łańcuchu dostaw, pełnej odpowiedzialności za produkt i jasnych zobowiązań do oszczędzania zasobów, która to stanowi integralną część jego strategii rozwoju.

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

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Polska>

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

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

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