

BMW GROUP

Corporate Communications

Informacja prasowa
19 stycznia 2017 r.



Rolls-Royce
Motor Cars Limited

BIZNESOWY ATLETA: międzynarodowa kampania marketingowa nowej limuzyny BMW serii 5 wchodzi w decydujący etap

Reklama telewizyjna ze Scottem Eastwoodem w roli głównej.

Monachium. Na kilka tygodni przed zapowiadaną na 11 lutego 2017 roku oficjalną premierą siódmej generacji limuzyny BMW serii 5, działania w zakresie międzynarodowej kampanii informacyjnej wchodzi w decydującą fazę. Punktem kluczowym kampanii jest nowy spot telewizyjny z udziałem amerykańskiego aktora Scotta Eastwooda.

Światowy lider w segmencie: BMW serii 5

Z około 7,9 mln sprzedanych egzemplarzy, limuzyna BMW serii 5 to jeden z kluczowych modeli samochodów BMW.auta szóstej generacji wybrało ponad 2,1 mln klientów, gwarantując firmie pozycję światowego lidera w klasie wyższej-średniej premium.

Siódma generacja modeli BMW serii 5 ma zachować tę pozycję. Dzięki jeszcze bardziej ulepszonej dynamice jazdy, niespotykanej gamie systemów wspomagających kierowcę, unikalnym opcjom łączności oraz intuicyjnemu sterowaniu, premierowe auta będą wyznaczać nowe standardy w świecie motoryzacji. Funkcje oferowane przez ten model to inteligentny asystent głosowy, sterowanie gestami i wyświetlacz BMW Head-Up – teraz o powierzchni wyświetlania większej o 70 procent. W połączeniu z usługami BMW Connected i innymi innowacjami, takimi jak asystent parkowania, nowa limuzyna BMW serii 5 z pewnością stanie się ulubionym modelem dla klientów z segmentu biznesowego.

Kompleksowa przedpremierowa komunikacja cyfrowa

Obecna kampania trwa już od 2016 roku, kiedy to kompleksowe działania przedsprzedażowe zostały rozpoczęte na ponad 40 rynkach na całym świecie. Przekazywane głównie za pomocą kanałów cyfrowych, komunikaty skupiają się na pionierskiej roli BMW serii 5 w zakresie opcji łączności i digitalizacji. Liczne zapowiedzi systemu BMW Connected oraz częściowo zautomatyzowane jazdy

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



Rolls-Royce
Motor Cars Limited

Informacja prasowa
Data 19 stycznia 2017 r.
Temat BIZNESOWY ATLETA
Strona 2

natychmiast przyciągają uwagę, podkreślając innowacyjność nowej generacji modeli BMW z serii 5. Już pierwsze informacje w ramach obecnej kampanii wygenerowały ponad 18 milionów kontaktów na Facebooku i ponad 24 milionów na Instagramie.

Dodatkowym elementem jest powrót serii filmowej „The Hire” (Na wynajem), dostępnej na witrynie BMWFilms.com. Najnowszy odcinek - tego powracającego po 15-letniej przerwie tytułu - to „The Escape” (Wielka Ucieczka), dzieło nominowanego do Oscara reżysera Neilla Blomkampa. Film jest dostępny online i zawiera ekscytujące sceny pościgów z nową limuzyną BMW serii 5 w roli głównej. Za jej kółkiem zasiadł kultowy kierowca Clive Owen. Najnowsze wideo obejrzało ponad 5,5 miliona fanów na YouTube. Film spotkał się również z ciepłym przyjęciem ze strony prasy, a liczba widzów sięgnęła ponad 125 milionów ludzi na całym świecie.

„Serwis BMW Films jest obecny w mediach społecznościowych. Jest on doskonałym przykładem na to, że marketing oparty na autentycznej zawartości może fundamentalnie wesprzeć i rozszerzyć kampanię produktu” - wyjaśnia Hildegard Wortmann, Dyrektor ds. Marki BMW.

W tym samym czasie, w świecie rzeczywistym, zamknięte pokazy w salonach sprzedaży w ponad 70 miastach przyciągnęły ponad 70 000 gości, pragnących bezpośrednio poznać wygląd i cechy techniczne nowej biznesowej limuzyny BMW.

BIZNESOWY ATLETA

Kampania informacyjna funkcjonująca pod sloganem BIZNESOWY ATLETA wkracza obecnie w decydującą fazę. Nowa limuzyna BMW serii 5 to emocje wywołane niespotykanymi funkcjami łączności i dodatkowo ulepszoną dynamiką jazdy. Najprościej rzecz ujmując, nowa limuzyna to BIZNESOWY ATLETA. Kampania skupia się na innowacyjności, dynamice, klasie biznes i przyjemności



Rolls-Royce
Motor Cars Limited

Informacja prasowa
Data 19 stycznia 2017 r.
Temat BIZNESOWY ATLETA
Strona 3

jazdy, podkreślając je w różnym stopniu, w zależności od wymagań różnych rynków na całym świecie.

Kluczowym elementem kampanii jest oczywiście Scott Eastwood. Ten młody aktor jest fanem marki, a jego ambicja i dynamika doskonale oddają ducha nowej limuzyny BMW serii 5.

Współpraca ze Scottem Eastwoodem nie zakończy się na klasycznych spotach telewizyjnych, ale będzie również dotyczyć szerokiej gamy formatów online. Spoty telewizyjne o długości 30 i 45 sekund podkreślają silny charakter, niezachwiane dążenie do raz obranego celu w życiu. Samochód i jego kierowca podróżują w nieznaną, nie tracąc przy tym pogody ducha. Przekaz tych reklam telewizyjnych jest wzmacniany przez informację przedstawiającą model hybrydowy BMW 530e Plug-in Hybrid iPerformance, wyposażony w zaawansowane technologie i charakteryzujący się wyjątkowymi parametrami ekologicznymi.

„Główne przesłanie naszej reklamy jest proste: na sukces trzeba zapracować. Nie można spoczywać na laurach”, wyjaśnia Hildegard Wortmann, Dyrektor ds. Marki BMW. „Te hasła odnoszą się zarówno do nowej limuzyny BMW serii 5, jak i do Scotta Eastwooda. To tylko jeden z powodów, dla których to połączenie tak dobrze się sprawdza”.

Scott Eastwood: „Od wielu lat jestem fanem marki BMW, co sprawiło, że współpraca z zespołem kreatywnym nad tą kampanią reklamową była dla mnie przyjemnością”.

Sfilmowany w Los Angeles i jego okolicach (USA) spot reklamowy został wyreżyserowany przed wielokrotnie nagradzanego filmowca, Alexa Feila. Współpraca ze Scottem Eastwoodem została rozszerzona o serię dodatkowych filmów krótkometrażowych, w tym o jedno krótkie wideo, stanowiące zabawne wprowadzenie do funkcji zdalnego widoku 3D. Pozostałe zasoby zostaną

BMW

Corporate Communications



Rolls-Royce
Motor Cars Limited

Informacja prasowa
Data 19 stycznia 2017 r.
Temat BIZNESOWY ATLETA
Strona 4

opublikowane w różnych kanałach dystrybucji online oraz w mediach społecznościowych.

Kampania marketingowa nowej limuzyny BMW serii 5 stanowi również premierę zaktualizowanego wizerunku marki BMW, który ma podkreślać wysoką estetykę, dynamikę i innowacyjną charyzmę nowego modelu. Hasła takie jak „Sukcesu nie odziedziczysz. Musisz na niego zapracować” oraz „Naszym celem są osiągi” podkreślają ambicje i aspiracje nowej limuzyny w klasie biznesowej, podczas gdy innowacje takie jak wyświetlacz dotykowy zostaną przedstawione w dodatkowych filmach wideo.

Kampania zatytułowana „BIZNESOWY ATLETA” zostanie zaadaptowana do użycia w ponad 40 krajach całego świata.

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, właściciel trzech marek: BMW, MINI i Rolls-Royce, jest wiodącym producentem samochodów i motocykli klasy premium, świadczy też usługi finansowe i w zakresie mobilności. Firma prowadzi działalność na całym świecie za pośrednictwem 31 zakładów produkcyjnych i montażowych w 14 krajach oraz poprzez globalną sieć sprzedaży w ponad 140 krajach.

W 2016 r. BMW Group sprzedała na całym świecie ok. 2,367 mln samochodów oraz 145 000 motocykli. Zysk przed opodatkowaniem w roku finansowym 2015 wyniósł ok. 9,22 mld EUR przy dochodach wynoszących 92,18 mld EUR. Wg stanu na dzień 31 grudnia 2015 r. w Grupie BMW było zatrudnionych 122 244 pracowników.

Podstawą sukcesu BMW Group były zawsze odpowiedzialne działania i perspektywiczne myślenie. Dlatego też integralną część strategii firmy stanowią: zasady ekologicznego i społecznego zrównoważonego rozwoju wdrożone w całym łańcuchu wartości, promowanie całościowej odpowiedzialności za produkty oraz aktywne angażowanie się w ochronę zasobów naturalnych.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

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

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

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