

BMW GROUP

Corporate Communications

Informacja prasowa
21 lutego 2017 r.



Rolls-Royce
Motor Cars Limited

Aplikacja BMW i Augmented Reality Visualiser dostępna w Google Play

To kolejny krok po zakończonym sukcesem międzynarodowym programie pilotażowym. Klienci mogą odkrywać produkty 3D w rzeczywistych rozmiarach w dowolnym czasie i miejscu. Wyjątkowe doświadczenie online zaprojektowane i stworzone przez Accenture

Monachium. BMW i udostępniło w sklepie Google Play narzędzie do wizualizacji produktów wykorzystujące technologię Tango oraz rozszerzoną rzeczywistość. Dzięki temu klienci mogą odkrywać i konfigurować idealne BMW i3 lub i8 w dowolnym czasie i miejscu. BMW i to pierwsza marka motoryzacyjna na świecie, która oferuje klientom możliwość wypróbowania produktów w formie interaktywnej z wykorzystaniem rozszerzonej rzeczywistości. Dzięki Tango – technologii rozszerzonej rzeczywistości Google dla smartfonów – klienci mogą poznawać innowacyjne pojazdy BMW i w formie interaktywnej wizualizacji w rzeczywistych rozmiarach.

Po sukcesie programu pilotażowego przeprowadzonego u wybranych dilerów na całym świecie aplikacja BMW i Visualiser została udostępniona do pobierania w Google Play. Mogą korzystać z niej mieszkańcy większości krajów świata posiadający urządzenie obsługujące Tango. Dla klientów z Chin i USA aplikacja dostępna będzie od kwietnia. Po pobraniu aplikacji klienci mają możliwość zwizualizowania i poznania produktów BMW i3 lub i8. Korzystając z rozszerzonej rzeczywistości, można stworzyć interaktywny obraz 3D, który umożliwia otwarcie bagażnika lub drzwi, a nawet wejście „do środka” samochodu, żeby lepiej przyrzeć się, jak wygląda wewnątrz. Można też eksperymentować z różnymi kolorami wnętrza i karoserii oraz wieloma modelami felg.

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

„Zdajemy sobie sprawę, że nasi klienci są ograniczeni czasowo, dlatego musimy się do nich dopasować” – komentuje Andrea Castronovo, Wiceprezes Grupy BMW ds. strategii sprzedaży i przyszłej sprzedaży detalicznej. „Dzięki aplikacji BMW i Visualiser dostępnej na Google Play klienci mogą odkrywać nasze produkty w interaktywny i ciekawy sposób, w dowolnym miejscu i czasie. Nasze



Rolls-Royce
Motor Cars Limited

Informacja prasowa

Data 21 lutego 2017 r.

Temat Aplikacja BMW i Augmented Reality Visualiser dostępna w Google Play

Strona 2

pojazdy to produkty wywołujące emocje. Żeby te emocje poczuć, trzeba naprawdę poznać dany samochód”. Andrea Castronovo uważa, że wizualizacja to najlepsze rozwiązanie w sytuacji, gdy nie można obejrzeć pojazdu na żywo. Bez wątplenia jakość stworzonych obrazów jest wyjątkowo realistyczna. Castronovo dodaje: „Uczestnicy programu pilotażowego świetnie się bawili, oglądając samochód. Nawet schylali głowy, jakby naprawdę był tam dach. Taki poziom szczegółowości świadczy o tym, że ta technologia oferuje klientom prawdziwą wartość dodaną”.

Eric Johnsen, Kierownik działu rozwoju biznesu dla rzeczywistości rozszerzonej w Google, dodaje: „Tango wyróżnia fakt, że rozumie przestrzeń, w jakiej się znajduje. Na przykład koła naprawdę są na podłodze, dzięki czemu całe doświadczenie staje się znacznie bardziej realistyczne”.

BMW to pierwsza marka motoryzacyjna na świecie, która wykorzystuje Tango, aby zapewnić klientom interaktywne doświadczenia. „BMW i to lider w dziedzinie innowacji w Grupie BMW, więc wybór tej aplikacji jest oczywisty” – wyjaśnia Stefan Biermann, Kierownik ds. sprzedaży innowacji BMW i w Grupie BMW. Aplikacja BMW i Visualiser to najnowsza innowacja w programie Future Retail (Przyszłej Sprzedaży Detalicznej) BMW, który uruchomiono około trzy lata temu i który zmienił doświadczenia klientów związane z zakupem samochodu. Wiele istotnych elementów programu Future Retail, takich jak Product Genius czy Virtual Product Presenter, ustanowiło nowe standardy dla branży.

Aplikacja BMW i Visualiser została zaprojektowana i stworzona przez Accenture oraz agencję ds. doświadczeń klientów Accenture Interactive. Aplikacja wykorzystuje zdjęcia pojazdów BMW i oraz technologię Tango. Aby zapewnić klientom możliwie najbardziej intuicyjną i prostą obsługę, aplikacja nie jest pełnym konfiguratorem, ale narzędziem do wizualizacji, w którym cechy takie jak kolory wewnątrz i na zewnątrz czy felgi można zmieniać poprzez dotknięcie ekranu. Po zakończeniu wizualizacji klient może zapisać dane i udostępnić je



Rolls-Royce
Motor Cars Limited

Informacja prasowa

Data 21 lutego 2017 r.

Temat Aplikacja BMW i Augmented Reality Visualiser dostępna w Google Play

Strona 3

innym osobom za pośrednictwem poczty elektronicznej lub mediów społecznościowych. Kolejnym krokiem będzie umożliwienie przesyłania danych z narzędzia do wizualizacji do pełnego konfiguratora BMW i u lokalnego dealera klienta.

„Nasze badania pokazują, że klienci szukają ulepszonych możliwości wykorzystania technologii, takich jak rozszerzona rzeczywistość w procesie zakupu samochodów, aby zagwarantować sobie jeszcze bardziej interesujące doświadczenia online-offline” – wyjaśniła Christina Raab, dyrektor zarządzający działu ds. motoryzacji w Accenture. „Wykorzystanie technologii Tango oraz jej integracja z punktami sprzedaży i dotychczasowymi narzędziami do konfiguracji pomaga BMW i stworzyć spójne, wielokanałowe doświadczenia, jakich poszukują klienci”.

Aplikacja BMW i Visualiser zostanie pokazana w Barcelonie podczas Mobile World Congress pod koniec miesiąca. Zaprezentuje ją zarówno Accenture, jak i Lenovo, które już produkują urządzenia obsługujące technologię Tango. Wiele osób w branży wierzy, że urządzenia obsługujące technologię rozszerzonej rzeczywistości niedługo staną się powszechnie dostępne. „Sądzimy, że na przestrzeni kilku najbliższych lat większość najlepszych urządzeń z systemem Android będzie obsługiwać Tango” – powiedział Eric Johnsen. I dodał: „Rozszerzona rzeczywistość ma wielki potencjał i może być wykorzystywana w handlu detalicznym. To dopiero początek”.

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.

BMW

Corporate Communications



Rolls-Royce
Motor Cars Limited

Informacja prasowa

Data 21 lutego 2017 r.

Temat Aplikacja BMW i Augmented Reality Visualiser dostępna w Google Play

Strona 4

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>