

Informacja prasowa
15 stycznia 2021 r.

Z nową strategią sprzedaży i marketingu: po rekordowych obrotach w 4. kwartale ubiegłego roku BMW Group pewnie wkracza w nowy rok 2021

- Pieter Nota: Spodziewamy się dużego popytu i efektywnego dalszego rozwoju
- Wzrost o ponad 50 procent: mobilność elektryczna znaczącym motorem wzrostu
- 100-procentowy wzrost sprzedaży pojazdów z napędem elektrycznym
- Inwestycje w cyfryzację sprzedaży i marketingu, sięgające do roku 2025 rocznych kwot w wysokości kilkuset milionów euro, zapewnią klientom doskonale doświadczenia
- Cyfrowe usługi z możliwością późniejszego dokupienia napędzają niezwykle rentowną działalność w zakresie wyposażenia dodatkowego
- Performance marketing zapewniający spersonalizowane i ukierunkowane podejście do klienta
- Indywidualne oferty ze wszystkimi produktami i usługami z jednego źródła
- Partnerzy detaliczni odgrywają decydującą rolę w punktach sprzedażowych i serwisowych

Monachium. Po rekordowych obrotach w czwartym kwartale 2020 roku BMW Group pewnie wkracza w kolejny rok. We współpracy ze swoimi partnerami handlowymi firma reorganizuje swój pion sprzedaży i marketingu w celu zaoferowania najlepszych w branży usług dla klientów premium.

— Z ufnością spoglądamy na rok 2021, dążąc do ponownego rentownego rozwoju dzięki wysokiemu popytowi na produkty z naszego najnowszego asortymentu — podkreślił Pieter Nota, członek zarządu BMW AG odpowiedzialny za klientów, marki i sprzedaż. — W roku 2021 chcemy zwiększyć sprzedaż samochodów zelektryfikowanych o ponad połowę. Taki cel podkreśla istotne znaczenie mobilności elektrycznej dla rozwoju naszej firmy — dodaje Pieter Nota. Ponadto firma zamierza w tym roku podwoić sprzedaż swoich pojazdów

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

Informacja prasowa

Data 15 stycznia 2021 r.

Temat **Z nową strategią sprzedaży i marketingu: po rekordowych obrotach w 4. kwartale ubiegłego roku BMW Group pewnie wkracza w nowy rok 2021**

Strona 2

z napędem całkowicie elektrycznym. Po ubiegłorocznej premierze całkowicie elektrycznego MINI* i BMW iX3* w 2021 r. w Dingolfing rozpocznie się produkcja również całkowicie elektrycznego BMW iX oraz nowego BMW i4 w zakładach w Monachium. BMW Group rozszerzyła swoją ofertę pojazdów zelektryfikowanych (w pełni elektrycznych i hybrydowych typu plug-in) do trzynastu modeli oferowanych na łącznie 74 rynkach na całym świecie. Do 2023 roku BMW Group planuje rozszerzyć swoją ofertę zelektryfikowanych modeli do 25, z czego ponad połowa będzie w pełni elektryczna.

Konsekwentne i szybkie dostosowywanie kanałów sprzedaży w 2020 r.**W przyszłości klienci będą mogli zakupić swój wymarzony samochód również online, bez wychodzenia z domu**

W związku z pandemią koronawirusa i dążeniem klientów do jak najbardziej bezkontaktowego procesu sprzedaży BMW Group konsekwentnie rozwijała w ciągu ostatniego roku cyfryzację sprzedaży: na ponad sześćdziesięciu rynkach pracownicy działu sprzedaży mogą doradzać klientom i sprzedawać pojazdy niezależnie od ich lokalizacji. Na przykład, za pomocą udostępnianego ekranu wspólnie konfiguruje pojazdy lub na żywo demonstrują pojazdy w salonie.

W drugim etapie firma wdrożyła proces sprzedaży online dla swoich partnerów detalicznych na kluczowych rynkach poprzez witryny internetowe o dużej liczbie odwiedzin, a w 2021 r. rozszerzy tę ofertę na dodatkowe rynki.

W ramach nowej strategii sprzedaży BMW Group wraz ze swoimi partnerami detalicznymi planuje zaoferować klientom możliwość zakupu indywidualnie skonfigurowanego wymarzonego pojazdu całkowicie online, z dostawą do domu. W tym celu opracowano całkowicie intuicyjną ścieżkę obsługi online dla klienta: od konfiguracji i zamówienia do fazy użytkowania włącznie. Dzięki temu klienci będą mogli zapoznać się z produktami i usługami BMW Group w jak najlepszy sposób, dostosowany do ich indywidualnych potrzeb.

Informacja prasowa

Data 15 stycznia 2021 r.

Temat **Z nową strategią sprzedaży i marketingu: po rekordowych obrotach w 4. kwartale ubiegłego roku BMW Group pewnie wkracza w nowy rok 2021**

Strona 3

Właściciele pojazdów elektrycznych mogą również indywidualnie konfigurować produkty i usługi w zakresie ładowania z wykorzystaniem oferty BMW Charging lub MINI Charging, a tym samym korzystać z rozwiązań do ładowania odpowiadających ich potrzebom – zarówno w domu, jak i w podróży.

Do roku 2025 roczne inwestycje w cyfryzację sprzedaży i marketingu sięgną kwoty kilkuset milionów euro

— Do roku 2025 roczne inwestycje w cyfryzację naszej sprzedaży i marketingu sięgną kwoty kilkuset milionów euro. Dzięki temu wspólnie z naszymi partnerami handlowymi chcemy w przyszłości zaproponować klientom najlepszą obsługę w branży — powiedział Pieter Nota. — Jeśli klienci zdecydują się udostępnić nam swoje dane, dzięki cyfryzacji procesów poznamy ich życzenia i preferencje lepiej, niż kiedykolwiek wcześniej. Dowiemy się, jakie produkty lub usługi są dla nich interesujące, i na tej podstawie będziemy mogli w przyszłości stworzyć dla nich indywidualną ofertę, która będzie dostosowana do ich potrzeb i obejmie wszystkie świadczenia i usługi z jednego źródła — kontynuuje Pieter Nota.

Cyfrowe usługi z możliwością doposażenia przyczynią się w przyszłości do znacznego wzrostu rentownej działalności w zakresie wyposażenia dodatkowego

BMW Group rozbuduje również znacznie późniejsze cyfrowe rozszerzanie funkcji pojazdu. Dzięki temu klienci będą mogli jeszcze lepiej korzystać ze swoich pojazdów zgodnie z własnymi życzeniami i indywidualnymi potrzebami w zakresie mobilności.

W przyszłości klienci będą mogli na przykład dokupić funkcje w zakresie systemów wspomagających kierowcę, oświetlenia, dźwięku, a nawet układu jezdnego. Będzie to możliwe również tymczasowo, a zatem korzystne m.in. dla klientów, którzy leasingują lub wynajmują swój pojazd i korzystają z niego tylko przez pewien czas.

Informacja prasowa

Data 15 stycznia 2021 r.

Temat **Z nową strategią sprzedaży i marketingu: po rekordowych obrotach w 4. kwartale ubiegłego roku BMW Group pewnie wkracza w nowy rok 2021**

Strona 4

Spółka oczekuje, że część usług i funkcji, które można dokupić, w przyszłości w znacznym stopniu przyczyni się do rentownego wzrostu działalności w zakresie wyposażenia dodatkowego.

Klienci decydują o wykorzystaniu danych

Wysokie oczekiwania klientów względem produktów i usług BMW Group determinują standardy postępowania z ich danymi. Klienci sami decydują o tym, czy chcą przekazać BMW Group dane osobowe w celu zapewnienia optymalnej obsługi w zakresie produktów i usług firmy.

Osobisty identyfikator BMW ID (numer identyfikacyjny), który daje klientom dostęp do całego cyfrowego ekosystemu BMW Group, oraz nowa aplikacja My BMW lub MINI działają jako interfejs do indywidualnego dialogu z klientem i już teraz oferują szeroki zakres nowych funkcji, od integracji Amazon Alexa po wykorzystanie smartfonu jako kluczyka samochodowego.

Nowy model współpracy z agencjami marketingowymi „THE MARCOM ENGINE” umożliwi wdrożenie nowej strategii marketingowej

Nowy model współpracy z agencjami marketingowymi „THE MARCOM ENGINE” będzie w przyszłości stanowił podstawę spersonalizowanego i ukierunkowanego podejścia do klienta marki BMW i MINI. W tym celu BMW Group zmieniła podejście do współpracy z agencjami marketingowymi w Europie. Zamiast ponad 80 partnerów działających w regionie firma skoncentruje się w przyszłości na dwóch ponadregionalnych agencjach, które doskonale uzupełniają się w zakresie oferty i wspólnie wdrożą nową koncepcję marketingową.

Nowa strategia sprzedaży i marketingu zastosowana po raz pierwszy przy wprowadzaniu na rynek BMW iX i BMW i4

Klienci po raz pierwszy mieli okazję zapoznać się z nową strategią sprzedaży i marketingu BMW Group z okazji premiery nowego BMW iX i BMW i4. W BMW i MINI będzie można

Informacja prasowa

Data 15 stycznia 2021 r.

Temat **Z nową strategią sprzedaży i marketingu: po rekordowych obrotach w 4. kwartale ubiegłego roku BMW Group pewnie wkracza w nowy rok 2021**

Strona 5

stopniowo korzystać z dodatkowych ofert w zakresie funkcji pojazdu z możliwością późniejszej dokupywania, a także z płynnego i zorientowanego na klienta procesu konfiguracji ze spersonalizowanymi ofertami.

Klienci doceniają usługi premium w zakresie konserwacji i napraw

Wraz ze swoimi partnerami handlowymi BMW Group będzie również kontynuować optymalizację oferty serwisowej i naprawczej. Rocznie średnio około 15 milionów klientów korzysta z usług świadczonych przez łącznie 3527 partnerów detalicznych BMW i 1650 partnerów detalicznych MINI na całym świecie, co podkreśla znaczenie tej oferty.

Aby przyspieszyć rozwój mobilności elektrycznej, firma – w ramach specjalnych programów szkoleniowych i rozwojowych – przeszkoliła już w swoich niemieckich salonach sprzedaży ponad 2000 pracowników w zakresie bezpiecznego korzystania z układów wysokonapięciowych.

Firma będzie nadal rozszerzać ofertę swoją produktów, na przykład o zdalną diagnostykę. W przyszłości, jeśli na wyświetlaczu pojazdu pojawi się komunikat o błędzie, klient będzie mógł zadzwonić do swojego dealera BMW bezpośrednio z samochodu. Jeśli klient wyrazi zgodę, dane pojazdu zostaną przesłane, a pracownik serwisu przeprowadzi zdalną diagnostykę. Jeśli konieczna będzie wizyta w warsztacie, będzie można ją zaplanować w sposób nieskomplikowany i optymalny dla klienta.

Nie ma premium bez zrównoważonego rozwoju

Credo BMW Group „No premium without sustainability” odnosi się również do pionu sprzedaży i marketingu. Firma już teraz wspiera klientów w podejmowaniu proekologicznych i adekwatnych decyzji dotyczących produktów i napędu. Przyczynia się to do wysokiej sprzedaży pojazdów zelektryfikowanych, co spowodowało w 2020 roku przekroczenie przez BMW Group założonych celów wspólnotowych w zakresie emisji CO₂. Firma kształtuje swoich pracowników i partnerów handlowych do roli ambasadorów jej

Informacja prasowa

Data 15 stycznia 2021 r.

Temat **Z nową strategią sprzedaży i marketingu: po rekordowych obrotach w 4. kwartale ubiegłego roku BMW Group pewnie wkracza w nowy rok 2021**

Strona 6

dążeń w zakresie zrównoważonego rozwoju. Pion sprzedaży również zajmuje się takimi tematami jak recykling i wykorzystanie materiałów wtórnych.

Więcej informacji na temat nowej strategii sprzedaży BMW Group można znaleźć w wywiadzie z Pieterem Notą na naszym blogu BMW Group na stronie:

<https://www.bmwgroup.com/en/company/bmw-group-news.html>

*** Dane dotyczące zużycia i emisji:**

MINI Cooper SE: zużycie paliwa w cyklu mieszanym: 0,0 l/100 km; zużycie energii w cyklu mieszanym: 16,8–14,8 kWh/100 km; emisja CO₂ w cyklu mieszanym: 0 g/km

BMW iX3: zużycie paliwa w cyklu mieszanym: 0,0 l/100 km; zużycie energii w cyklu mieszanym: 17,8–17,5 kWh/100 km; emisja CO₂ w cyklu mieszanym: 0 g/km

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

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

BMW Group

BMW Group, reprezentująca marki BMW, MINI, Rolls-Royce i BMW Motorrad jest jednym z wiodących na świecie producentów samochodów i motocykli w segmencie premium, a także dostawcą wysokiej jakości usług finansowych i mobilnościowych. Sieć produkcyjna BMW Group obejmuje 31 zakładów produkcyjnych i montażowych w 15 krajach; firma dysponuje międzynarodową siecią dystrybucji w ponad 140 krajach.

W roku 2019 firma BMW Group sprzedała ponad 2,5 miliona samochodów oraz ponad 175 tysięcy motocykli na całym świecie. Dochód przed opodatkowaniem w roku finansowym 2019 wyniósł 7,118 mld euro przy obrotach wynoszących 104,210 mld euro. Według stanu na dzień poniedziałek, 31 grudnia 2019 r. w BMW Group było zatrudnionych 133 778 pracowników.

Podstawą sukcesu ekonomicznego 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 dostaw, promowanie całościowej odpowiedzialności za produkty oraz aktywne angażowanie się w ochronę zasobów naturalnych.

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

Twitter: https://twitter.com/BMW_Polska

YouTube: <http://www.youtube.com/BMW.Polska>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwpolska>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group-polska/>