



Informacja prasowa
22 lutego 2021 r.

Początek nowej ery: BMW Group jeszcze ściślej łączy komunikację korporacyjną i komunikację marki BMW po stronie agencji

BMW Group jeszcze ściślej łączy komunikację korporacyjną i komunikację marki BMW, a wspiera ją w tym agencja TheGame Group GmbH, która została powołana do życia specjalnie w tym celu. Od 1 kwietnia zostanie wdrożona nowoczesna, skoordynowana i wzajemnie wspierająca się komunikacja we wszystkich kanałach. Komunikaty korporacyjne i komunikaty marki zostaną do siebie dostosowane i powiązane z odpowiednimi grupami docelowymi. W czasach „społeczeństwa redakcyjnego” public relations i komunikacja marki przeżywają renesans.

Monachium. W erze cyfrowej najważniejszym towarem stała się uwaga. Potęga marek produktowych, ale także marek korporacyjnych, jest często decydującym czynnikiem na bardzo konkurencyjnych rynkach. Firmy i marki odnoszące sukcesy mają wyraźny profil, kreatywnie się komunikują i wyróżniają się poprzez pozytywne emocje.

BMW Group postanowiła przyjąć innowacyjne i z gruntu nowe podejście do komunikacji korporacyjnej, zarządzania marką i komunikacji marki: firma przekształca swoją komunikację korporacyjną i marketingową dla marki BMW pod względem organizacji i treści. W tym celu stworzyła indywidualny model agencji, powołując do życia TheGame Group, w skład której wchodzi najlepsze i najbardziej renomowane agencje w Europie. Akcjonariuszami TheGame Group są Experience One GmbH i Jung von Matt AG. Przez kilka pierwszych lat agencja będzie pracować wyłącznie dla BMW Group. Do TheGame Group udało się już pozyskać doświadczone kierownictwo – Tima Wagnera, Maxa Lederera i Marca Schumachera. Obecnie trwa kompletowanie rozbudowanego operacyjnego zespołu zarządzającego TheGame Group.

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



Informacja prasowa
Data 22 lutego 2021 r.
Temat Początek nowej ery: BMW Group jeszcze ściślej łączy komunikację korporacyjną i komunikację marki BMW po stronie agencji.
Strona 2

BMW Group spodziewa się, że pozwoli to na skuteczną organizację obszarów kampanii marki, doświadczeń związanych z marką, treści, ochrony marki i public relations. W przyszłości strategicznie opracowana i skoordynowana narracja korporacyjna i narracja marki będzie prowadzona w sposób dostosowany do dla grupy docelowej i kanału. Ponadto cała komunikacja jest oparta na danych i dynamicznie dostosowywana w czasie rzeczywistym do reakcji odbiorców i bieżących wydarzeń.

Kompleksowo opracowana strategia komunikacji zapewni, że zarówno firma, jak i marka BMW nawiążą dialog z odpowiednimi grupami docelowymi, stosując ten sam ton i podejście we wszystkich punktach styku. — Rygorystyczny podział komunikacji korporacyjnej i marketingowej na B2B z jednej strony i B2C z drugiej nie odpowiada już realiom komunikacji w XXI wieku. Przy cyfrowym ognisku liczą się najlepsze historie i najbardziej wartościowe informacje — mówi Maximilian Schöberl, główny przedstawiciel BMW AG. — Model One Voice został już wdrożony w komunikacji korporacyjnej w BMW Group – teraz wkraczamy w nową erę współpracy z marketingiem i komunikacją marki. Zwłaszcza w czasach szybkich zmian stoimy przed wyzwaniem opracowywania innowacyjnych rozwiązań i nie tylko odgrywania wiodącej roli w branży dzięki naszym produktom, ale także rozwijania najnowocześniejszej i innowacyjnej infrastruktury komunikacyjnej na rynku. Doświadczamy prawdziwego renesansu public relations.

BMW Group i jej marki angażują się w stały i coraz intensywniejszy dialog z wieloma zewnętrznymi i wewnętrznymi grupami docelowymi i interesariuszami: od potencjalnych i obecnych klientów po pracowników, przedstawicieli mediów, inwestorów, ustawodawców, organizacje pozarządowe, przyjaciół marki, influencerów i wielu innych. Dlatego tym ważniejsza staje się organizacja komunikacji, która mimo całej ścisłości treści jest w stanie odpowiedzieć na szczególne wymagania grup docelowych i kanałów. Bogactwo aspektów i polifonia łączą się więc w harmonijną całość.



Informacja prasowa
Data 22 lutego 2021 r.
Temat Początek nowej ery: BMW Group jeszcze ściślej łączy komunikację korporacyjną i komunikację marki BMW po stronie agencji.
Strona 3

— Jeśli firmy chcą utrzymać swoje znaczenie i zwracać się do społeczności, coraz częściej muszą stawiać się nadawcami własnych marek. Dlatego postrzegamy „markę” jako platformę medialną — mówi Jens Thiemer, starszy wiceprezes ds. klientów i marki BMW. — W coraz bardziej rozproszonym krajobrazie medialnym siłę interpretacji i skuteczny dialog można osiągnąć tylko poprzez połączenie sił i koncentrację. Naszym podejściem wyznaczamy nowy standard nowoczesnej komunikacji.

TheGame Group to agencja stworzona na miarę potrzeb BMW. Uzupełnia nowy model agencji, który BMW ustanowiła zeszłej jesieni, powołując do życia THE MARCOM ENGINE. Podczas gdy THE MARCOM ENGINE przejmuje zadanie wzmocnienia całej cyfrowej komunikacji produktów na wszystkich rynkach europejskich, TheGame Group koncentruje się na innowacyjnej, opartej na danych, wysokiej jakości pracy kreatywnej i strategicznej w komunikacji korporacyjnej i komunikacji marki. Celem na przyszłość jest wprowadzenie marki na arenę międzynarodową we wszystkich kanałach z maksymalną kreatywnością i efektywnością.

— Gdyby Jung von Matt był samochodem, byłby BMW. Ten cytat jest dla nas prawdziwy od ponad dwudziestu lat – dziś jeszcze bardziej niż kiedykolwiek. Podzielamy pasję do tego, co robimy, wierzymy w ciągłe innowacje i jesteśmy dumni, że możemy być akcjonariuszami TheGame Group — mówi Peter Figge, członek zarządu Jung von Matt AG.

Vincent Bodo Andrin, założyciel Experience One GmbH i ZEITGEIST Group przyznaje: — Interakcja marketingu i public relations otwiera zupełnie nowe, szerokie perspektywy dla tworzenia autentycznych doświadczeń związanych z marką poprzez zaangażowanie wszystkich zmysłów dla wszystkich znaczących grup docelowych. To, co tworzymy, zastępuje wiele nieefektywnych interfejsów i otwiera niewyobrażalne możliwości.

W obszarze komunikacji korporacyjnej TheGame Group będzie współpracować z nowo założonym brytyjskim oddziałem Looping Group: Looping Group



Informacja prasowa
Data 22 lutego 2021 r.
Temat Początek nowej ery: BMW Group jeszcze ściślej łączy komunikację korporacyjną i komunikację marki BMW po stronie agencji.
Strona 4

International Ltd w Londynie. Nowa firma będzie odpowiadać za public relations i social media. — Konsekwentne łączenie marketingu i komunikacji mamy we krwi. Dlatego bardzo cieszymy się, że TheGame Group zwróciła się do nas — mówi Michael Karg, dyrektor operacyjny Looping Group International i kierownik londyńskiego biura, skąd w przyszłości będzie się odbywało zarządzanie publikacjami w międzynarodowych social mediach BMW.

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 2020 firma BMW Group sprzedała ponad 2,3 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 31 grudnia 2019 r. w BMW Group było zatrudnionych 126 016 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 wartości, 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/bmwpolka>
LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group-polska/>