

BMW Group modernizuje sieć dealerską – innowacyjne podejście do doświadczenia zakupowego z Retail.Next.

- BMW Retail.NEXT to innowacyjna koncepcja, która łączy nowoczesny design, cyfrowe narzędzia i komfort obsługi oraz unifikuje wszystkie usługi w jednym miejscu.
- Tylko w 2025 r. 26 salonów BMW i MINI zostało zmodernizowanych do najnowszych standardów. W efekcie już ponad 2/3 sieci dealerskiej BMW Group w Polsce operuje w standardzie Retail.Next.

Warszawa. BMW Group Polska kontynuuje wdrażanie globalnej koncepcji Retail.Next, która wyznacza nowy standard obsługi klienta i prezentacji marek BMW i MINI w salonach dealerskich. Łącząc nowoczesny design, zaawansowane narzędzia cyfrowe oraz zmieniony model pracy zespołów, Retail.Next pozwala stworzyć spójne, intuicyjne i w pełni zorientowane na klienta doświadczenie – zarówno offline, jak i online.

Obecnie już niemal 70% obiektów BMW i MINI w Polsce funkcjonuje w standardzie Retail.Next, w tym 28 salonów BMW oraz 17 punktów sprzedaży MINI. Tylko w tym roku zmodernizowanych zostało łącznie 26 obiektów, co stanowi 40% sieci dealerskiej BMW Group Polska, a kolejne salony dealerskie są w trakcie przebudowy.

Transformacja sieci odbywa się równolegle w wielu lokalizacjach w całym kraju, obejmując zarówno nowe inwestycje, jak i kompleksowe modernizacje istniejących salonów. Obiekty w standardzie Retail.Next oferują przestronne showroomy, wydzielone strefy sprzedaży, stanowiska konsultacyjne wspierające indywidualne doradztwo, miejsca do pracy i odpoczynku oraz oddzielną przestrzeń przekazania pojazdu, które wzmacniają znaczenie momentu odbioru samochodu.

Integralną częścią Retail.Next jest także cyfryzacja doświadczeń w salonie. Doradcy korzystają z konfiguratorów 3D i rozwiązań do wirtualnej prezentacji samochodów, umożliwiając klientom precyzyjne odwzorowanie wybranego modelu, sprawdzenie różnych wariantów wyposażenia czy prezentację samochodu w realistycznym otoczeniu. Ujednolicone procesy obsługi w salonie, online i telefonicznie zapewniają klientom BMW i MINI spójny i wysoki poziom obsługi – niezależnie od wybranego kanału kontaktu.

Informacja prasowa

Data 16 grudnia 2025 r.

Temat BMW Group modernizuje sieć dealerską – innowacyjne podejście do doświadczenia zakupowego z Retail.Next.

strona 2

– Modernizacja naszej sieci dealerskiej to strategiczna inwestycja w przyszłość relacji z klientem. Jego komfort i potrzeby są zawsze w centrum naszej uwagi, dlatego redefiniujemy całościowe doświadczenie. Retail.Next to kompleksowe podejście do całej ścieżki zakupowej – od momentu pierwszego kontaktu z marką, poprzez sam proces zakupu, po obsługę serwisową. Tworzymy przestrzeń, która łączy najlepsze ze świata cyfrowego i fizycznego, odpowiadając na realne potrzeby w dynamicznie zmieniającym się świecie mobilności – podkreśla **Alexander Baraka, Dyrektor Generalny BMW Group Polska**.

Wdrażanie standardów Retail.Next stanowi część globalnej strategii BMW Group, której celem jest zapewnienie spójnego, najwyższej jakości standardu obsługi klienta na wszystkich rynkach. Modernizacja polskiej sieci dealerskiej będzie kontynuowana wyznaczając nowy poziom jakości doświadczenia zakupowego na rynku premium.

W przypadku pytań prosimy o kontakt:

Hubert Fronczak, BMW Group Polska

telefon: +728 874 121, e-mail: Hubert.Fronczak@bmw.pl

BMW Group

BMW Group, reprezentująca marki BMW, MINI, Rolls-Royce i BMW Motorrad, jest wiodącym na świecie producentem samochodów i motocykli w segmencie premium, a także dostawcą wysokiej jakości usług finansowych i mobilnościowych. Sieć produkcyjna BMW Group obejmuje ponad 30 zakładów produkcyjnych i montażowych na całym świecie; firma dysponuje międzynarodową siecią dystrybucji w ponad 140 krajach.

W roku 2024 firma BMW Group sprzedała ponad 2,45 miliona samochodów oraz ponad 210 tysięcy motocykli na całym świecie. Dochód przed opodatkowaniem w roku finansowym 2023 wyniósł 17,1 mld euro przy obrotach wynoszących 155,5 mld euro. Według stanu na dzień 31 grudnia 2023 r. w BMW Group było zatrudnionych 154 950 pracowników.

Podstawą sukcesu BMW Group były zawsze odpowiedzialne działania i perspektywiczne myślenie. Firma już na wczesnym etapie wyznaczyła kierunek na przyszłość i konsekwentnie koncentruje się na zrównoważonym rozwoju i ochronie zasobów, poczynwszy od łańcucha dostaw poprzez produkcję aż po końcową fazę użytkowania wszystkich produktów.

www.bmwgroup.com

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

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

Twitter: https://twitter.com/BMW_Polska

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

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



Informacja prasowa

Data 16 grudnia 2025 r.

Temat BMW Group modernizuje sieć dealerską – innowacyjne podejście do doświadczenia zakupowego z Retail.Next.

strona 3

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