



Comunicat de presă
19.09.2014

Campanie de lansare BMW Seria 2 Active Tourer

București. Noul BMW Seria 2 Active Tourer debutează în showroomurile din întreaga țară pe 27 septembrie. Lansarea este susținută de o campanie amplă de comunicare desfășurată pe TV, print și on-line, dar și cu o puternică componentă de evenimente care pune accent pe experiența directă cu mașina. Cu proiectul #GetActive în prim plan, imaginea care se desprinde este cea a unui automobil în egală măsură dinamic și versatil, dedicat celor cu un stil de viață activ.

Cea mai importantă campanie BMW România pentru unul din cele mai importante modele ale mărcii

BMW are o lungă tradiție în a oferi experiența specială a mărcii în segmente absolut noi, cu mult succes. Familia de modele BMW M și BMW X sunt, cu siguranță, cel mai bun exemplu. BMW Seria 2 Active Tourer deschide dezvoltarea mărcii, încă o dată, într-o direcție absolut nouă. „Seria 2 Active Tourer este un model deosebit de important pentru marcă. La nivel global, studiile companiei au arătat că segmentul compact are cel mai mare potențial de creștere pe termen mediu pentru piața premium. În același timp, noul model are potențialul să deschidă BMW către un grup absolut nou de clienți, cu impact pozitiv pentru toată gama de modele a mărcii”, a explicat Cristian Vlașin, Sales Manager BMW Group România.

BMW Seria 2 Active Tourer construiește pe succesul pe care îl are BMW în clasa compactă. Astfel, lansarea BMW Seria 1, 70% din clienții noului model erau la primul BMW achiziționat. La fel, noul BMW Seria 2 Active Tourer are potențialul să atragă un grup absolut nou de clienți și dispune pentru aceasta de unele dintre cele mai importante inovații ale mărcii: noua generație de motoare BMW TwinPower Turbo de 3 și 4 cilindri, noua arhitectură cu tracțiune față care oferă platforma ideală pentru un interior deosebit de spațios sau cele mai noi tehnologii BMW ConnectedDrive, alături de Head-up Display sau aplicații on-line.

Un model nou, pentru un nou grup țintă

BMW oferă, în premieră, experiența mărcii într-un segment absolut nou. Această abordare oferă potențialul unei noi categorii de clienți: “Cine credem că se va îndrăgosti de mașină? Mamele, în primul rând; întreaga mașină este gândită să fie foarte funcțională și confortabilă pentru copiii de orice vârstă. Familiile tinere,



Comunicat de presă

Data 19.09.2014

Titlu **Campanie de lansare BMW Seria 2 Active Tourer**

Pag. 2

active, care ies mult în natură, împreună cu copiii, credem că vor fi altă categorie de viitori conducători ai BMW Seria 2 Active Tourer; automobilul este foarte versatil și spațios și permite transportul sau amplasarea ușoară de biciclete, cărucioare, rachete de tenis, genți de picnic – orice înseamnă bucurie în natură. Nu în ultimul rând, credem că noul BMW Seria 2 Active Tourer se va potrivi pentru familiile ale căror copii sunt deja studenți sau nu mai stau în casa părinților; această categorie de clienți este în creștere în România. Estimăm că finanțarea foarte avantajoasă îi va putea aduce pe noii clienți în showroomurile BMW, pentru un drive test,” a arătat Nina Brătfălean, Marketing Manager BMW Group România.

Campanie care pune accentul pe experiența directă

Campania de lansare are o desfășurare amplă și aduce noul model în atenția publicului, pe o serie vastă de canale.

La început de septembrie a fost demarată campania de print, care include 15 publicații auto, life-style și de business. Vizualurile folosite arată, în egală măsură de dinamismul noului model, dar și de stilul activ de viață al viitorilor clienți.

Comunicarea pe TV se va desfășura timp de aproape o lună, cu începere din 27 septembrie. Spotul TV poate fi deja vizionat aici: <http://youtu.be/M2PI-q3kWbo>.

Componenta on-line, deosebit de importantă, este susținută de proiectul #GetActive desfășurat pe site-ul dedicat www.getactive.bmw.ro și susținut de comunicare pe canalele social media ale mărcii. Există trei competiții în perioada 22 august – 27 octombrie. Participanții se pot înscrie cu o poză proprie practicând un sport într-una dintre cele trei „regiuni” ale concursului: mare, munte și oraș. Marele premiu este un week-end special cu noul BMW Seria 2 Active Tourer.

Campania on-line pregătește caravana de drive-teste care va include orașele București, Constanța, Brăila, Ploiești, Brașov, Cluj, Oradea și Timisoara, în perioada 15 octombrie – 9 noiembrie. În același timp, noul BMW Seria 2 Active Tourer va fi prezent la o serie de evenimente ale toamnei, de la conferințe de business sau media la concerte sau evenimente de life-style, pentru a se prezenta noilor clienți.

“Comunicarea modelului o facem foarte diferit de campaniile noastre de până acum. Cuvintele cheie sunt „interactivitate” și „drive teste”. Am deschis un



Comunicat de presă

Data 19.09.2014

Titlu **Campanie de lansare BMW Seria 2 Active Tourer**

Pag. 3

microsite #GetActive, unde interacționăm cu clienții potențiali sau cu fanii mărcii și ai modelului, iar la începutul lunii octombrie vom începe un program de drive teste intensive, cu oricine își dorește să conducă noul model. Până la jumătatea lunii noiembrie vom acoperi, alături de București, multe orașe importante din România: Constanța, Brăila, Ploiești, Brașov, Cluj, Oradea și Timișoara”, a explicat Brătfălean.

Program caravană

București 15- 18 octombrie

Constanța 19 - 21 octombrie

Brăila 22-24 octombrie

Ploiești 25-27 octombrie

Brașov 28 – 30 octombrie

Cluj 31.10 – 2.11

Oradea 3-5 noiembrie

Timișoara 6-9 noiembrie

Agenții

Concept creativ internațional: Serviceplan International Hamburg

Agenzie locală de creație: TBWA\Bucuresti Friends Advertising

Agenzie de media: Initiative Romania

BMW Group

Datorită celor trei mărci ale sale - BMW, MINI și Rolls-Royce -, BMW Group este liderul mondial al constructorilor premium de automobile și motociclete și oferă servicii financiare și de mobilitate premium. În calitate de companie ce operează la nivel global, BMW Group dispune de 29 de facilități de producție și asamblare în 14 țări și are o rețea de vânzări în peste 140 de țări.

În 2013, BMW Group a vândut, la nivel mondial, aproximativ 1,963 milioane de automobile și 115.215 motociclete. Profitul brut pentru anul fiscal 2013 a fost de 7,91 miliarde de euro, iar veniturile au atins pragul de 76,06 miliarde de euro. La 31 decembrie 2013, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 110.351 de angajați.

Dintotdeauna, succesul BMW Group s-a bazat pe gândirea pe termen lung și pe acțiunea responsabilă. Astfel, compania a pus bazele unei dezvoltări durabile în plan ecologic și social prin lanțul de valori, responsabilitatea vastă a produselor și



Comunicat de presă

Data 19.09.2014

Titlu

Campanie de lansare BMW Seria 2 Active Tourer

Pag.

4

un angajament clar pentru conservarea resurselor ca parte integrantă a strategiei sale.

www.bmwgroup.com; www.bmw.ro

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Romania>

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

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

Site-uri de presă:

www.presa.bmw.ro

www.presa.mini.ro

www.press.bmwgroup.com

www.press.bmwgroup-sport.com