

Comunicat de presă

22 noiembrie 2017

BMW și Snapchat prezintă BMW X2 înaintea lansării pe piață

BMW devine primul brand care utilizează tehnologia inovatoare de augmented reality a Snapchat, aflată în teste. Noile canare de comunicare subliniază poziționarea noului BMW X2, dedicat unui public extrovertit și cu spirit tânăr.

București/München. Utilizatorii de smartphone-uri pot experimenta primul BMW X2 din istorie, oriunde și chiar înainte de lansarea pe piață – mulțumită colaborării BMW - Snapchat. Astfel, BMW devine primul brand din lume care exploatează potențialul noului filtru "Augmented Trial" de la Snapchat.

Începând de astăzi, fanii din întreaga lume pot utiliza tehnologia augmented reality pentru a vizualiza și a configura un model 3D realist al celui mai recent membru al familiei BMW X. La începutul comunicării de la sfârșitul lunii octombrie, BMW a ajuns deja la o audiență de milioane de oameni din Europa cu filtrul BMW X2 în Galvanic Gold.

Prin intermediul Snapchat, BMW își extinde activitățile de marketing într-un mediu inovator și distractiv, care este deosebit de popular în rândul persoanelor creative și atrase de tehnologie. Fiind cel mai nou membru al familiei BMW X, BMW X2 se adresează clienților tineri și cu spirit tânăr, extroverți și activi care prețuiesc individualitatea și stilul de viață. Aplicațiile inovatoare precum Snapchat sunt o parte integrantă a lumii lor digitale.

Campania BMW X2 - "Fii cel care îndrăznește" - folosește o gamă de noi canale de comunicare digitală pentru a ajunge la fanii BMW din întreaga lume, în conformitate cu noua orientare a mărcii pe "Plăcerea de a conduce" mai tinerească. Comunicarea BMW are o abordare mult mai proaspătă, cu o tonalitate nouă care explorează canalele neașteptate.

"Snapchat este tânăr și modern - care se potrivește perfect BMW și BMW X2. Îmbunătățim experiența digitală a utilizatorilor Snapchat prin conținutul pe care îl

Comunicat de presă

Titlu BMW și Snapchat prezintă BMW X2 înaintea lansării pe piață

Pagina 2

găsesc atrăgător, cu o valoare ridicată a recunoașterii. Am vrut să ne inserăm într-un mod organic în mediul Snapchat și în lumea utilizatorilor săi. Acesta este cel mai semnificativ mod de a ne adresa fanilor într-un stil care se potrivește canalului și grupului-țintă ", explică Jörg Poggenpohl, director Digital Marketing BMW.

Prin experiența BMW X2, BMW devine primul brand care utilizează filtrul Snapchat Augmented Trial, îmbogățind realitatea cu conținut digital. Un clip scurt, prezentat între "stories" postate de utilizatori sau în zona "discover", direcționează atenția utilizatorilor Snapchat către noul BMW X2. Dacă utilizatorul acceptă invitația "swipe up", camera telefonului este activată. Aplicația integrează automat un model 3D al BMW X2 în câmpul vizual al camerei. În acest fel, utilizatorii pot experimenta deja noul BMW X2, aproape oriunde în lume, înainte de a ajunge în showroomurile BMW. Modelul 3D este integrat realist în mediul înconjurător, iar utilizatorii pot merge în jurul automobilului pentru a-l admira din toate unghiurile. De asemenea, pot utiliza aplicația pentru a schimba culoarea caroseriei.

Un filtru special pentru "selfies", care colorează fața în nuanța exclusivă BMW X2 Galvanic Gold, a fost disponibil la începutul campaniei de comunicare BMW X2, la începutul lunii noiembrie, pentru utilizatorii Snapchat din Germania, Franța, Italia, Spania și Marea Britanie și s-a dovedit un succes imens: filtrul a fost utilizat de peste 40 de milioane de ori de mai mult de 13 milioane de Snapchatters. De asemenea, aceștia au ales să se joace cu filtrul BMW pentru o medie de aproape 24 de secunde și au creat peste 2,5 milioane Snaps cu filtrul BMW X2 Galvanic Gold Face.

Pe lângă Snapchat, campania "Fii cel care îndrăznește" pentru BMW X2 folosește multe alte canale de marketing digital. La începutul comunicării în luna octombrie, potențialii clienți și fanii au putut experimenta BMW X2 într-o aplicație inovatoare de realitate mixtă cu Microsoft HoloLens. De asemenea, BMW este primul brand auto care utilizează augmented reality în aplicația Shazam atât de populară. Începând de acum și până la lansarea pe piață în martie 2018, vor continua parteneriatele cu aplicațiile și serviciile de internet populare.

Comunicat de presă

Titlu BMW și Snapchat prezintă BMW X2 înaintea lansării pe piață

Pagina 3

Agenție:

Lead digital - Jung von Matt

Pentru informații suplimentare, vă rugăm contactați:

BMW Group România**Alexandru Șeremet**

Tel.: +40-726-266-224

E-mail: alexandru.seremet@bmwgroup.com**BMW Group**

Datorită celor patru mărci ale sale - BMW, MINI, Rolls-Royce și BMW Motorrad -, 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 31 de facilități de producție și asamblare în 14 țări și are o rețea de vânzări în peste 140 de țări.

În 2016, BMW Group a vândut, la nivel mondial, aproximativ 2,367 milioane de automobile și 145.000 motociclete. Profitul brut a fost de aproximativ 9,67 miliarde de euro, iar veniturile au fost de 94,16 miliarde de euro. La 31 decembrie 2016, BMW Group dispunea de o forță de muncă de 124.729 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 un angajament clar pentru conservarea resurselor ca parte integrantă a strategiei sale.

www.bmwgroup.com; www.bmw.roFacebook: <http://www.facebook.com/BMW.Romania>Twitter: <http://twitter.com/bmwromania>YouTube: <http://www.youtube.com/bmwgroupromania>

Site-uri de presă:

www.presa.bmw.ro

**Comunicat de presă**

Titlu BMW și Snapchat prezintă BMW X2 înaintea lansării pe piață

Pagina 4

www.presa.mini.rowww.press.bmwgroup.comwww.press.bmwgroup-sport.com