



Russia

Corporate Communications

Будущее принадлежит MINI: концерн BMW Group меняет продуктовую стратегию и позиционирование бренда.

- Новый MINI Clubman задает новые стандарты в классе компактных автомобилей
- Основной фокус – на пяти моделях
- Изменение позиционирования бренда MINI
- MINI – первый производитель, предлагающий интегрированное решение car-sharing
- Новый корпоративный стиль.

Концерн BMW Group меняет продуктовую стратегию и позиционирование бренда MINI. Во время мировой премьеры нового MINI Clubman в Берлине Петер Шварценбаэр, член Совета директоров BMW AG, отвечающий за MINI, Rolls-Royce, BMW Motorrad и послепродажное обслуживание, рассказал о том, как он планирует развивать бренд: «С момента своего создания в 1959 году бренд MINI придерживался трех ключевых ценностей: идеи, вдохновение и страсть. И это не изменится никогда. Новый MINI Clubman – символ нашей уточненной философии бренда: мы сконцентрируемся на выпуске пяти ключевых моделей, каждая из которых обладает ярким и неповторимым характером. Одновременно мы осваиваем новые для нас решения, открываем для себя новые отрасли бизнеса и совершенствуем фирменный стиль. Мы расширяем наши предложения в премиальном компакт-сегменте и предлагаем новые сервисы и функции, которые сделают наших новых клиентов страстными поклонниками MINI. Я уверен что столь целостное перепозиционирование позволит нам с блеском развить уникальную историю успеха бренда MINI».

Company
«BMW Russland Trading»
ООО

A BMW Group company

Office address
125212, Russia,
Moscow,
Leningradskoe sh,
39a, bld.1

Telephone
(007 495) 795 2900

Telefax
(007 495) 795 2912

Internet
www.bmw.ru

Рекордные объемы продаж и устойчивый рост

2015 год обещает быть крайне удачным для MINI. Рост продаж в первые его месяцы измерялся двузначными цифрами, а по итогам полугодия компании



Russia

Corporate Communications

удалось реализовать 163 тысячи автомобилей. «Мы готовимся зафиксировать лучший в плане цифр июнь в истории бренда, продажи по сравнению с прошлым годом вырастут больше, чем на 20%, – говорит господин Шварценбауэр. – И мы сохраним этот тренд во второй половине года: я уверен, что по итогам 2015 года продажи MINI установят новый рекорд».

После перезапуска бренда MINI в составе концерна BMW Group в 2001 году за первые 12 месяцев работы компании удалось увеличить продажи в пять раз. А на сегодняшний день продажи MINI по отношению к тому времени увеличились примерно в 20 раз. MINI – первый в автомобильной истории бренд, применивший стандарты премиум-класса в субкомпактном сегменте. Теперь, с переходом нового MINI Clubman в более высокий сегмент, MINI в очередной раз установит в новом для себя классе новые стандарты в части дизайна и высочайшего качества продукта. А кроме того, получит признание от новых клиентов.

MINI входит в премиальный компакт-сегмент и пользуется преимуществами синергетического эффекта

С переходом в более высокий сегмент ставший более просторным новый MINI Clubman будет нацелен на клиентов, которые, в частности, оценят выдающийся дизайн и превосходную управляемость этого автомобиля, сочетающиеся с повседневной практичностью, многофункциональностью и комфортом, в том числе во время дальних поездок. Расширение продуктовой стратегии на премиальные сегменты субкомпакт и компакт основывается на общей для разных моделей и брендов переднеприводной архитектуре.

Company
«BMW Russland Trading»
ООО

A BMW Group company

Office address
125212, Russia,
Moscow,
Leningradskoe sh,
39a, bld.1

Telephone
(007 495) 795 2900

Telefax
(007 495) 795 2912

Internet
www.bmw.ru

Новый MINI Clubman входит в рыночный сегмент, обещающий демонстрировать самый сильный рост в будущем. Исследования рынка прогнозируют ежегодный рост в 4% для сегмента премиум-компакт, который к 2020 году будет занимать более 27% от общего автомобильного рынка. MINI не хочет оставаться в стороне от этого тренда. Клиенты компании уже сейчас все чаще выбирают для себя топовые комплектации. По расчетам MINI, в среднесрочной перспективе



Russia

Corporate Communications

доля спортивных версий Cooper S в структуре продаж компании поднимется до 30% в зависимости от модели. Доля топовых моделей John Cooper Works вырастет почти в два раза до 5% от общего объема продаж MINI.

Решения car-sharing для частных автомобилей

Бренд MINI всегда славился своими инновационными решениями, и внедрение технологии car-sharing для частных автомобилей станет одним из них. Общество движется в сторону «экономии за счет совместного использования», что дополнительно обеспечит успех car-sharing-решению от MINI под названием DriveNow. Учитывая притягательный для жителей городов имидж бренда MINI, технология наверняка окажется востребованной в мегаполисах. Эволюцию связанных с MINI сервисов комментирует господин Шварценбауэр: «Общество и автомобильная индустрия радикально меняются. Клиенты MINI – одна из самых прогрессивных и открытых новому целевым групп. Именно поэтому мы предложим опцию car-sharing для MINI, начиная с 2016 года».

Новый опциональный набор оборудования позволит клиентам MINI использовать их автомобиль совместно с другими людьми: на время, когда машина им не нужна, они смогут отметить ее в качестве доступной в программе DriveNow. Это решение, позволяющее оптимизировать использование автомобильного парка, покажется привлекательным и корпоративным клиентам. Опция будет доступна в США начиная с 2016 года, а после – в городах, участвующих в программе DriveNow. В будущем MINI планирует запустить новую форму автокредитования («одноранговый car-sharing») для ограниченного круга семьи или друзей.

Company
«BMW Russland Trading»
ООО

A BMW Group company

Office address
125212, Russia,
Moscow,
Leningradskoe sh,
39a, bld.1

Telephone
(007 495) 795 2900

Telefax
(007 495) 795 2912

Internet
www.bmw.ru

MINI в новом обличии – новый корпоративный стиль

MINI – бренд, который всегда пристально следил за веяниями времени. Постоянно искать себя, адаптироваться к новой реальности – кредо компании. И сейчас настало время для очередного переосмысления: MINI представляет новый фирменный стиль. В его основе – уникальный дизайн, характер и история британского бренда. Оригинальная идея, лежавшая в основе дизайна MINI, –



Russia

Corporate Communications

отсечь все лишнее и создать высокоэффективный автомобиль, обладающий великолепной управляемостью. Сочетание простого, эмоционального дизайна и внимания к ключевым ценностям теперь определяют новый фирменный стиль. Двухмерный логотип, новые шрифты и цветовая гамма выглядят современно и доказывают, что бренд MINI не только следует за течением времени, но и формирует его..

MINI Corporate Communications:

Кирилл Ястребов, kirill.yastrebov@bmw.com, тел.: +7 925 137 00 70

Company
«BMW Russland Trading»
ООО

A BMW Group company

Office address
125212, Russia,
Moscow,
Leningradskoe sh,
39a, bld.1

Telephone
(007 495) 795 2900

Telefax
(007 495) 795 2912

Internet
www.bmw.ru