

BMW Group отмечает 20 лет работы в России

BMW Group Россия отмечает 20-летие работы. «Двадцать лет работы компании в России были динамичными, непростыми, но очень успешными, — говорит Штефан Тойхерт. — Это стало возможным, во-первых, благодаря верным клиентам, которые любят наши автомобили. Во-вторых, благодаря профессионализму нашей дилерской сети. В-третьих, благодаря команде BMW Group Россия и коллективу завода в Калининграде. Имея такую поддержку, мы уверенно смотрим в будущее и вступаем в новое десятилетие с амбициозными целями».

Благотворительный вечер, приуроченный к юбилею, состоялся 12 ноября в Государственном академическом Большом театре России. Гостями мероприятия стали сотрудники компании, представители официальных дилерских центров BMW, многолетние партнеры бренда. По итогам вечера на благотворительные цели было собрано более 500 000 рублей.

Шаг за шагом — к лидерству

Российское подразделение концерна было создано в 1999 году. В дебютный год компания реализовала 711 автомобилей BMW. С тех пор объем продаж вырос в десятки раз, а Россия стала одним из важных рынков для BMW Group. В сумме за 20 лет российские клиенты приобрели более 400 000 автомобилей BMW и MINI.

Знаковый юбилей компания встречает особенно успешно. За 10 месяцев года совокупные продажи BMW и MINI выросли на 16%. Доля брендов BMW Group Россия в премиальном классе превысила 28% — это лучший показатель за 20 лет. При этом BMW возглавляет рейтинг премиум-сегмента, а также входит в топ-10 наиболее популярных марок на рынке в целом.

Один из ключевых факторов успеха компании — локальное производство. BMW Group первым из производителей премиум-сегмента запустил сборку автомобилей в России. Сотрудничество с калининградским заводом «Автотор» также было начато в 1999 году. Несмотря на сложный период для российской экономики и ряд сдерживающих факторов для развития рынка новых автомобилей, компания приняла решение о создании сборочного производства, дав важный импульс для отрасли и экономики Калининградской области и сделав серьезный задел на будущее. Шаг оправдал себя

полностью. За 20 лет с конвейера предприятия сошло более 200 000 автомобилей BMW, а выпускаемая линейка сейчас охватывает девять моделей.

Планомерное развитие дилерской сети позволило к настоящему моменту создать пул из 70 дилерских центров в 41 городе — от Калининграда до Владивостока. Большинство партнеров сотрудничает с BMW Group Россия более 10 лет, наиболее опытные дилеры начали работу еще в 1990-е годы. Рост розничной сети продолжается и сейчас: в 2019 году новые предприятия были открыты в Москве («Рольф Премиум» и «БалтАвтоТрейд-М») и Казани («ТрансТехСервис»).

О серьезном отношении BMW Group к российскому рынку свидетельствуют и существенные инвестиции в развитие инфраструктуры. В частности, в 2017 году в Подмосковье был открыт крупный логистический центр для дистрибуции запасных частей и аксессуаров. Это позволило в 1,5 раза увеличить количество отгружаемых артикулов и ускорить процесс доставки. Стоимость проекта оценивается в 1,5 млрд рублей.

Профессиональная подготовка сотрудников дилерской сети — приоритетная задача для BMW Group Россия. Для ее успешного решения в 2014 году в Москве был открыт собственный учебный центр. Ежегодно обучение в нем проходят несколько тысяч сотрудников по всем ключевым профилям — продажи, сервисное обслуживание, финансовые услуги, маркетинг и пр.

С 2013 года BMW Group Россия участвует в развитии инфраструктуры для электромобилей в стране. Продажами линейки BMW i в настоящее время занимаются пять дилерских центров в Москве и Санкт-Петербурге. В 2017 году модели BMW i3 пополнили парк оператора каршеринга YouDrive.

Не только бизнес

Яркие и запоминающиеся маркетинговые проекты BMW Group Россия стали визитной карточкой компании. Каждое ее мероприятие неизменно вызывает большой интерес аудитории и привлекает внимание СМИ. А одним из событий мирового масштаба стала премьера пятого поколения BMW 7 серии на Красной площади в Москве в 2008 году.

BMW Group Россия активно поддерживает разные проекты в рамках социальной корпоративной ответственности. В 2013 году компания инициировала программу Junior

Samrus — образовательный проект, посвященный детской дорожной безопасности и вопросам городской экологии. Он позволил обучить уже несколько тысяч детей в России. Особое внимание всегда уделялось сотрудничеству со спортивными мероприятиями. Российский этап BMW Golf Cup International стал одним из центральных турниров для любителей гольфа в стране.

Важная составляющая стратегии BMW Group Россия — поддержка арт-проектов и участие в благотворительных мероприятиях. Уже несколько лет компания сотрудничает со столичным музеем современного искусства «Гараж» и организует грантовую программу для молодых художников. Более 15 лет длится история партнерства BMW Group Россия и Большого театра. Ежегодный фестиваль «BMW Опера без границ» стал одним из значимых событий в культурной жизни Москвы. В следующем году он состоится 21 июня.

За дополнительной информацией, пожалуйста, обращайтесь:

Илья Барышев, BMW Group Россия

Ilya.Baryshev@bmw.com