



BMW i spúšťa zobrazovanie produktov v rozšírenej realite. Využíva Tango, technológiu pre mobilné telefóny od Google.

Mníchov. BMW je prvým automobilovým výrobcom, ktorý poskytuje svojim zákazníkom interaktívny zážitok s produktmi pomocou 3D rozšírenej reality. Ide o čerstvo spustený pilotný program. S použitím technológie pre mobilné telefóny Tango, ktorú vyvinula spoločnosť Google, si môžu zákazníci interaktívne vytvoriť svoje ideálne modely BMW i3 alebo i8.

„Naše automobily sú emotívne produkty a aby sme dosiahli tieto emócie, treba ich najprv dobre spoznať,” povedal Andrea Castronovo, viceprezident BMW Group pre stratégiu predaja a ďalší nákup. „V momente, keď nemáme požadovaný produkt práve k dispozícii, je vizualizácia veľkou pomôckou,” dodáva.

Táto možnosť bude k dispozícii najprv v dvojcifernom počte predajných miest a záujemcovia ju môžu používať na mobilných telefónoch, ktoré podporujú technológiu Tango. Vďaka nej sa záujemcovia prostredníctvom vizualizácie a rozšírenej reality zoznámia s produktmi BMW i. Vytvorí sa 3D obraz, v ktorom sa môžu interaktívne pohybovať: otvoriť dvere alebo kapotu či sadnúť si do vozidla a spoznať interiér. Eric Johnsen, riaditeľ vývoja rozšírenej reality v Google, vraví: „Výhodou technológie Tango je reálne vnímanie okolitého priestoru. Kolesá sú naozaj na podlahe, čo vytvára oveľa realistickejší zážitok.”

Kvalita vytvoreného obrazu je naozaj mimoriadne realistická. „Počas prvých testov sme videli, ako sa ľudia pri vstupe do vozidla zohýnali, aby si neudreli hlavu do strechy,” spomína Andrea Castronovo. „Pridanou hodnotou technológie je vysoká úroveň detailného zobrazenia,” dopĺňa.

BMW i je prvou automobilovou značkou, ktorá ponúka zákazníkom prostredníctvom technológie Tango nevšedný zážitok. „BMW i je v rámci spoločnosti BMW Group priekopníkom v oblasti inovácií, preto bolo jasné, že bude aj prvou značkou, ktorá začne využívať tento prevratný predajný nástroj,” povedal Stefan Biermann, vedúci inovatívneho predaja v BMW Group, BMW i. Aplikácia BMW i Visualiser je najnovšou inováciou v programe budúceho predaja BMW Group. Začal sa používať pred tromi rokmi a úplne zmenil zážitok klienta pri kúpe vozidla. Novými meradlami pri predaji vozidiel sa stali viaceré nové nástroje ako Product Genius či Virtual Product Presenter.

Aplikáciu BMW i Visualiser navrhla a vyvinula spoločnosť Accenture, ktorá zozbierala obrazové dáta z vozidiel BMW i a spracovala ich pomocou technológie Tango. Zákazníkom ponúka nový interaktívny spôsob spoznávania vozidla vrátane možnosti otvárania dverí či zapínania svetiel. Pre to, aby bol užívateľský zážitok maximálne intuitívny a čo najjednoduchší, je aplikácia skôr vizualizáciou než plnohodnotným konfigurátorom. Prvky ako farby interiéru a exteriéru či kolesá sa

dajú meniť dotykom obrazovky. Po ukončení vizualizácie si môže zákazník výsledok uložiť, prípadne sa o neho podeliť s ostatnými, vrátane predajcov BMW i. A to cez sociálne médiá, prípadne cez QR kód.

Po ukončení pilotnej fázy sa plánuje sprístupnenie aplikácie v obchode Google Play, aby si ju mohli záujemcovia stiahnuť a kedykoľvek používať na zariadeniach, ktoré spĺňajú nároky aplikácie Tango. „Veríme, že v priebehu pár rokov bude väčšina prémiových zariadení so systémom Android schopných zvládať aplikáciu Tango,” vraví Eric Johnsen. „Rozšírená realita má veľký potenciál pri podpore predaja a my sme ešte stále iba na začiatku,” dodáva.

„Naše výskumy ukazujú, že užívatelia vyžadujú počas nákupného procesu širšie využívanie technológií ako rozšírená realita. Zážitok z digitálneho aj reálneho prostredia je potom oveľa komplexnejší,” vraví Christina Raab, výkonná riaditeľka automobilových aktivít v spoločnosti Accenture. „BMW i používa technológiu Tango a jej zapracovanie do predajného procesu vytvára komplexný zážitok, ktorý zákazníci vyhľadávajú.”

BMW Group

BMW Group je vďaka značkám BMW, MINI a Rolls-Royce najväčším výrobcom prémiových automobilov a motocyklov na svete. Okrem toho ponúka aj produkty značkového financovania a služby osobnej mobility. Medzinárodný koncern prevádzkuje 30 výrobných a montážnych podnikov v 14 krajinách a predajnú sieť so zastúpeniami vo viac ako 140 krajinách.

BMW Group zaznamenal v roku 2014 celosvetový predaj v objeme približne 2,118 milióna predaných automobilov a 123 000 motocyklov. V hospodárskom roku 2014 činil zisk pred zdanením 8,71 miliardy eur, celkový obrat dosiahol výšku 80,40 miliardy eur. BMW Group k 31. decembru 2014 zamestnával po celom svete 116 324 spolupracovníkov.

Úspech BMW Group sa vždy zakladal na predvídavom a vizionárskom myslení a zodpovednom konaní. Ekologické programy a sociálna udržateľnosť preto tvorili integrálnu súčasť stratégie spoločnosti v rámci celého hodnotového reťazca. BMW Group sa vždy vyznačoval komplexnou produktovou zodpovednosťou a významným prístupom k ochrane zdrojov.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

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

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

Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>

BMW Group Slovakia
Milan Stupka
Corporate Communications Manager
Mobil: 00 421 903 28 34 97
E-mail: milan.stupka@bmwgroup.com
Média web stránka: www.press.bmwgroup.com
ánka: www.press.bmwgroup.com