

Sporočilo za medije
19. april 2016

»Eyes on Gigi«. BMW predstavlja interaktivno kampanjo za nov BMW M2 Coupé.

Film, posnet v tehniki kader-sekvenca režiserja Marca Forsterja, prikazuje spektakularno koreografijo vozil s supermodelom, manekenko Gigi Hadid.

München. 16. aprila, skupaj z vstopom novega modela na trg je BMW začel kampanjo za BMW M2 Coupé s poudarkom na digitalnih vsebinah. Zvezdi kampanje »Eyes on Gigi« sta novi BMW M2 Coupé in ameriški supermodel Gigi Hadid, ki za avtomobilsko blagovno znamko prvič stopa pred kamere.

Dinamična zmogljivost in agilnost prvega BMW M2 Coupé ter senzualna lepota in eleganca Gigi Hadid so navdihnili priznanega filmskega producenta in scenarista Marca Forsterja, ki se je podpisal pod režijo filmov, kot so »James Bond – Kvantum sočutja« (Quantum of Solace), »Bal smrti« (Monster's Ball) in »Svetovna vojna Z« (World War Z), da ustvari zelo nenavaden spot.

Eyes on Gigi.

Zanimiv posnetek, ki je bil 14. aprila sprva ekskluzivno objavljen na kanalu Youtube in strani Facebook, je povabil gledalca k povsem drugačni igri odkrivanja. Film se začne s prizorom, ko supermodel Gigi Hadid sede v enega izmed treh parkiranih modelov BMW M2 Coupé; od tu naprej poskuša gledalec slediti Gigi v njenem BMW M2 Coupé. Kmalu se vožnji pridružita še dva modela BMW M2 Coupé in začne se hitra koreografija vozil – s čimer pa je naloga praktično nemogoča. Na koncu se vseh 5 modelov M2 Coupé ustavi, gledalec pa mora ugotoviti avtomobil, kjer sedi Gigi Hadid.

Spektakularne akrobacije, posnete v enem poskusu, so snemali na letališču v puščavi Mojave, Kalifornija pod kamermansko taktirko dobitnika oskarja Mauroja Fioreja (»Avatar«, »Pravičnik«, »The Equilizer«).

Interaktivno reševanje igre se dogaja na mikro strani kampanje EyesOnGigi.com, kjer lahko gledalec spremlja hitro koreografijo vozil tudi s 360-stopinjske perspektive.

Korporativno komuniciranje

Sporočilo za medije

Datum 19. april 2016

Zadeva »Eyes on Gigi«. BMW predstavlja interaktivno kampanjo za nov BMW M2 Coupé.

Stran 2

»Eyes on Gigi« je prva kampanja, kjer vrhunski model iz Los Angelesa uradno dela za avtomobilsko blagovno znamko. »Veseli smo, da smo kot obraz naše svetovne kampanje novega BMW M2 Coupé pridobili Gigi Hadid,« je dejal Uwe Dreher, vodja za mednarodno komunikacijo blagovnih znamk BMW, BMW i in BMW M. »Gigi in M2 sta idealen par: Oba krasi močan karakter in fascinantna karizma«.

Hadid je bila nemudoma navdušena: »BMW je prava ikona med blagovnimi znamkami. Dejstvo, da bom prvi obraz te kampanje, je nedvomno vrhunec moje kariere. M2 je tako kul in zabaven«.

Kampanja prvič prevzema pristop s poudarkom na digitalnih vsebinah.

Prva objava digitalnega spota 14. aprila predstavlja začetek celostne svetovne kampanje modela prek televizijskih, digitalnih in družbenih medijev ter kanalov CRM (upravljanje odnosov s strankami). Pristop s poudarkom na digitalnih vsebinah, ki je prvič izbran za kampanjo »Eyes on Gigi« prav tako izkorišča močno prisotnost Gigi Hadid v družbenih medijih. S 16,1 milijona sledilci na Instagramu in skoraj 1,98 milijona na Twitterju ter približno 2,6 milijona oboževalcev na Facebooku je Gigi izjemno uspešna na tem področju.

Če igralec ugotovi pravi BMW M2 Coupé, ga sofisticirana digitalna arhitektura kampanje vodi do digitalnega razstavnega salona BMW M2 Coupé prodajnega podjetja BMW v njegovi državi.

Hadid je bila nenavadna zamisel kampanje všeč: »Ko so mi predstavili koncept, sem bila navdušena in hkrati počaščena, da bom tudi jaz prispevala svoj del. Izjemno sem uživala pri projektu«.

Da bi bila novi »navdušenki nad blagovno znamko« še naprej zagotovljena zabava v vožnji, ji bo BMW za šest mesecev v uporabo dal BMW M2 Coupé.

Odgovorne agencije:

Korporativno komuniciranje

Sporočilo za medije

Datum 19. april 2016

Zadeva »Eyes on Gigi«. BMW predstavlja interaktivno kampanjo za nov BMW M2 Coupé.

Stran 3

KBS (New York) / Serviceplan (Hamburg)

Kontakt za medije BMW Group Slovenija:

Korporativno komuniciranje BMW Group Slovenija

Maja Ilec

Elektronski naslov: maja.ilec@bmwgroup.com

Telefon: 00386 1 586 73 74

BMW Group

BMW Group je s svojimi blagovnimi znamkami BMW, MINI in Rolls-Royce vodilni svetovni premium proizvajalec avtomobilov in motornih koles, obenem pa ponuja premium finančne storitve in storitve mobilnosti. BMW Group kot globalno podjetje upravlja 30 proizvodnih in montažnih obratov v 14 državah in ima globalno prodajno mrežo razporedeno po več kot 140 državah.

V 2015 je BMW Group po celem svetu prodal okoli 2,247 milijonov avtomobilov in skoraj 137.000 motornih koles. Dobiček pred obdavčitvijo za finančno leto 2014 je znašal 8,71 milijarde evrov ob dohodkih 80,40 milijarde evrov. 31. decembra 2014 je BMW Group zaposloval 116.324 ljudi.

BMW Group je svoj uspeh vedno gradil na dolgoročni viziji in odgovornem delu. Podjetje je tako ustvarilo ekološki in socialni trajnostni razvoj preko niza vrednot, celostne proizvodne odgovornosti in jasne predanosti k ohranjanju virov kot integralnega elementa svoje strategije.

www.bmwgroup.comFacebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupview>Google+: <http://googleplus.bmwgroup.com>