

Comunicado de prensa
29 de septiembre de 2015

Visita virtual BMW i: Una nueva manera de conectar con ‘los coches del futuro’

La innovación forma parte del ADN de BMW i, desde los eficientes procesos de fabricación hasta la avanzada tecnología que incorporan el BMW i3 y el BMW i8. Siguiendo esta filosofía de vanguardismo, BMW Group España lanza una nueva manera de poder conocer virtualmente el coche a través de la web **www.bmw.es**. Se trata de la ‘Visita virtual’.

Tanto en PC como en móvil, BMW activa entre las 3 pm y las 10 pm un botón flotante que pone en contacto al interesado con un Product Genius de BMW i (experto de producto) que enseña en directo, a través de un dispositivo móvil, el coche seleccionado y todas sus curiosidades. Existe una interacción entre el experto y el interesado, aunque solo de forma telefónica (solo el interesado puede ver al experto a través de una cámara, pero no al revés; sí hablan mutuamente).

En caso de que el coche encaje en el perfil del futuro cliente, este Product Genius le conecta con el CIC (Customer Interactive Center). A través de este servicio se puede comprar el vehículo y concertar una prueba si se deseara. Todo ello forma parte de la innovación que BMW i ofrece, más allá del propio producto.

Este servicio estará disponible por tiempo limitado.

Puede descargar el vídeo a través del canal BMW PressClub o visualizarlo en el siguiente enlace: **<https://youtu.be/rSKEs78mb14>**

El Grupo BMW

Con sus tres marcas BMW, MINI y Rolls Royce, el Grupo BMW es el principal fabricante del mundo de automóviles y motocicletas premium y también ofrece servicios financieros y de movilidad premium. Como empresa global, el Grupo BMW opera 30 sedes de producción y ensamblado en 14 países y tiene red de ventas en más de 140 países.

En 2014, el Grupo BMW vendió alrededor de 2,118 millones de coches y 123.000 motos en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos para el año fiscal 2014 fueron de 8,71 mil millones de euros con ingresos de aproximadamente 80,40 mil millones. A 31 de diciembre de 2014, el Grupo BMW tenía unos 116.324 empleados.

El éxito del Grupo BMW se ha basado siempre en planificación a largo plazo y acciones responsables. La empresa, por tanto, ha establecido la sostenibilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, que incluye una amplia responsabilidad de producto y un firme compromiso de preservar los recursos como una parte integral de su estrategia.

www.bmw.es

Facebook: <http://www.facebook.com/BMW.Espana>

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

Instagram: <http://instagram.com/bmwespana>

Twitter Prensa: <http://twitter.com/BMWGroupPrensa>

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

Google+: <http://plus.google.com/+bmwespana>