

Comunicado de prensa
21 de diciembre de 2015

BMW Group España comercializa un BMW i8 gracias a la Visita Virtual BMW i

- Se trata de una iniciativa pionera en BMW Group España
- El proceso de compra se cierra a través del Customer Interaction Center integrado en BMW Bank
- La Visita Virtual BMW i estará disponible por tiempo limitado

BMW Group España, pionera en la incorporación de la Visita Virtual BMW i, ha vendido una unidad de BMW i8 a través de este vanguardista canal comercial. El primer contacto se hace a través de la página web de BMW España (www.bmw.es).

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 interactuación 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; si hablan mutuamente).

El cliente, que optó por comprar un BMW i8, fue derivado al CIC (Customer Interaction Center), integrado en BMW Bank, compañía que ofrece las soluciones financieras del Grupo BMW. A través de este servicio se puede comprar el vehículo, así como financiarlo y concertar una prueba si se desea. Todo ello forma parte de la innovación que BMW i ofrece, más allá del propio producto.

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/BMW_Espana

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

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

YouTube: http://www.youtube.com/BMW_Espana

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