



Comunicado de prensa
07 de abril de 2017

BMW Group España invierte en el futuro con un nuevo espacio para la formación

BMW Group es sinónimo de innovación y compromiso con el futuro. Desde el año 2013 se ha vivido una profunda reestructuración de la red comercial con la inclusión de nuevos roles y perfiles y un objetivo muy claro: el cliente siempre en el centro. En 2017, BMW Group España vuelve a apostar por el futuro construyendo nuevas instalaciones destinadas a cursos de formación para la red de Concesionarios y Talleres Autorizados BMW y MINI en un momento que se experimenta una clara diversificación de producto, perfiles de clientes y tecnologías disponibles, siendo además el primer centro de Europa en incorporar cursos de transformación digital.

Según Guenther Seemann, Presidente Ejecutivo de BMW Group España y Portugal, 'se trata de dar coherencia al momento actual, que es más exigente, lleno de retos y con nuevos agentes que tenemos que estudiar detenidamente, como los coches conectados, la movilidad eléctrica o la conducción autónoma. Nuestro objetivo es hacer entendible esta realidad, darle forma al futuro y usar todas estas oportunidades en favor de los clientes'.

Las nuevas instalaciones cuentan con 1.686 m² con 12 salas disponibles y capacidad para 150 personas en total. Además, al estar integradas las nuevas instalaciones con la sede central de la marca, en la Avenida de Burgos de Madrid, hay un vínculo permanente con las diferentes áreas de negocio. En total, 30 formadores impartirán anualmente más de 130 programas formativos diferentes, dirigiéndose tanto a personal recién incorporado como a personas experimentadas del área Comercial, Posventa, Técnica y BMW Motorrad.

Gracias a ello, el servicio al cliente conserva el carácter Premium y las diferentes áreas elevan su grado de especialización. Prueba de ello es la incorporación de los 'Product Genius' (una figura orientada a la asesoría especializada del producto y no a su venta directa), pionero en el sector del automóvil.

BMW GROUP

Comunicación Corporativa

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 31 sedes de producción y ensamblaje en 14 países y tiene red de ventas en más de 140 países.

En 2016, el Grupo BMW vendió alrededor de 2,367 millones de coches y 145.000 motos en todo el mundo. Los beneficios antes de impuestos fueron de aproximadamente 9,67 mil millones de euros con ingresos de aproximadamente 94,16 mil millones de euros. A 31 de diciembre de 2016, el Grupo BMW tenía unos 124.729 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>