



Comunicado de prensa
25 de enero 2021

BMW Motorrad reajusta la estrategia para el lanzamiento de productos

Comunicación optimizada mediante nuevos formatos en vivo y digitales.

Los nuevos formatos digitales y en vivo reemplazarán cada vez más a las tradicionales apariciones en ferias de BMW Motorrad en el futuro. En concreto, esto significa que los compromisos tradicionales en los dos principales salones del motor, EICMA en Milán e Intermot en Colonia, que antes eran organizados de forma centralizada por BMW Motorrad, ya no se realizarán.

Este reajuste de la estrategia de comunicación para los nuevos productos y ofertas de BMW Motorrad incluye formatos internos de BMW Motorrad y del Grupo BMW, así como formatos externos -tanto en persona como digitales- teniendo en cuenta los respectivos requisitos definidos de los diferentes grupos objetivo y tipos de medios.

"La modificación de nuestra estrategia de comunicación, en la que utilizamos cada vez más formatos digitales y en directo, nos permitirá inspirar a más gente en todo el mundo con los productos y ofertas de BMW Motorrad en el futuro, y acercarnos a ellos de forma óptima", afirma el Dr. Markus Schramm, director de BMW Motorrad.

Al utilizar nuestros propios formatos digitales y en persona, independientemente de las ferias comerciales, no sólo podemos programar los estrenos mundiales y los lanzamientos de productos de manera más flexible, sino que también permite una interacción más intensa con todos los grupos objetivo, así como un mayor alcance de la información".



BMW Motorrad también seguirá presentando su gama de productos a los visitantes de determinadas ferias regionales de motocicletas y estará abierto a nuevos formatos.

Encontrará material de prensa de BMW Motorrad y BMW Motorrad Rider Equipment en el BMW Group PressClub en www.press.bmwgroup.com.

Con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, el Grupo BMW es el líder mundial en la fabricación de automóviles y motocicletas de primera calidad y también proporciona servicios financieros y de movilidad de primera calidad. La red de producción del Grupo BMW comprende 31 sedes de producción y montaje en 15 países; la empresa tiene una red de ventas global en más de 140 países.

En 2020, el Grupo BMW vendió más de 2,3 millones de vehículos de pasajeros y más de 169.000 motocicletas en todo el mundo. El beneficio antes de impuestos en el año fiscal 2019 fue de 7.118 millones de euros sobre unos ingresos de 104.210 millones de euros. A 31 de diciembre de 2019, el Grupo BMW tenía una plantilla de 126.016 empleados.

El éxito del Grupo BMW siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. Por lo tanto, la empresa ha establecido la sostenibilidad ecológica y social en toda la cadena de valor, la responsabilidad integral del producto y un claro compromiso con la conservación de los recursos como parte integral de su estrategia.

El Grupo BMW
www.bmw-motorrad.es
Facebook: <https://www.facebook.com/bmwmotorradESP/>
Twitter: <http://twitter.com/BMWmotorradesp>
Instagram: <http://instagram.com/bmwmotorradesp>
Twitter Prensa: <http://twitter.com/BMWGroupPrensa>
YouTube: <http://www.youtube.com/BMWEspana>
Google+: <http://plus.google.com/+bmwespaña>