



Información a medios

31 de mayo de 2023

BMW Motorrad galardonado con el premio Red Dot por su sala de marca interactiva "The Resonance Space".

Sala de marca interactiva y multisensorial en el BMW Group Brand & Customer Institute - The Resonance Space.

Múnich. El Brand & Customer Institute del BMW Welt de Múnich es único en la industria del automóvil. Aquí, tanto los empleados como los socios seleccionados tienen la oportunidad de sumergirse en las marcas del Grupo BMW. Además de BMW, MINI y Rolls-Royce Motor Cars, BMW Motorrad también tiene su propia sala de marca en el BMW Group Brand & Customer Institute desde enero de 2022.

Premio Red Dot: Brands & Communication Design e iF DESIGN AWARD Brand Architecture.

La sala de la marca BMW Motorrad fue reconocida como "Arquitectura de Marca" en la categoría "Comunicación Espacial" en el Red Dot Award: Brands & Communication Design ya el año pasado. El renombrado premio de diseño "Red Dot Design Award" lleva invitando a participar desde 1954. Su marca, el red dot, es conocida internacionalmente como sello de calidad y se ha consolidado también en la categoría de "Diseño de Comunicación" desde la década de 1990.

Ahora le sigue otro importante reconocimiento con el "iF DESIGN AWARD": una marca reconocida mundialmente por su excelente diseño desde 1954 y que se encuentra entre los premios de diseño más importantes del mundo. BMW Motorrad logró impresionar a los 133 miembros de un jurado de expertos independiente e internacional para este premio que se concede anualmente, lo que significa que la marca BMW Motorrad ha recibido ahora dos de las distinciones de diseño más reconocidas a nivel mundial.

El reto en el diseño de la sala de la marca BMW Motorrad era trasladar el cautivador espíritu de la marca a un espacio de marca interactivo en una superficie de 38 metros cuadrados dentro de las instalaciones existentes. El resultado fue una combinación en diversos niveles: la experiencia emocional de la marca para los participantes se fusiona con el diseño arquitectónico y un programa de formación sobre la marca emocionalmente ideado.

Para lograr esta combinación, se desarrolló un diseño interior global y multisensorial que integra en el concepto arquitectónico elementos estructurales como la icónica fachada acristalada del edificio.

Al mismo tiempo, proporciona un soporte óptimo para la experiencia interactiva en el espacio mediante elementos adicionales únicos con el estilo distintivo de la marca: un reto arquitectónico y conceptual que se superó de forma ejemplar y que ganó tanto el iF DESIGN AWARD Brand Architecture - Interior Design como el Red Dot Award: Brands & Communication Design.

Stephan Reiff, Vicepresidente de Clientes, Marca y Ventas: "Nuestra sala de marca BMW Motorrad permite formar continuamente a empleados y socios, difundir el espíritu de marca en toda la organización e informar a los empleados de BMW Group sobre la estrategia de marca BMW Motorrad. Estamos encantados de que nuestra sala de marca haya ganado dos importantes premios en un corto espacio de tiempo y lo vemos como una gran confirmación de nuestro concepto."

La sala de la marca BMW Motorrad: vive la marca

El Grupo BMW y sus marcas mueven a las personas de la mejor manera posible. Por ello, BMW Motorrad se anticipa a las necesidades de los clientes y a los retos empresariales, siempre en busca de la mejor solución global. Para experiencias personales - individuales y distintivas. Para ello, las salas de marcas del BMW Group Brand & Customer Institute ofrecen fascinantes puntos de acceso a las marcas que permiten a los visitantes conocer las áreas temáticas centrales de las marcas.

En la sala de la marca BMW Motorrad, directivos, empleados y socios seleccionados conocen la marca BMW Motorrad y sus facetas. En las sesiones de formación BMW Group Brand Mover, de un día de duración, los participantes aprenden de forma atractiva cómo funciona la marca BMW Motorrad y qué la hace especial. La propia promesa de la marca -'Make Life a Ride'- transmite un estilo de vida activo y una actitud orientada a la experiencia que inspira y une a todos los aficionados y clientes.

La sala de la marca BMW Motorrad surgió de un concepto experiencial: un espacio estimulante y multisensorial con una arquitectura que refleja auténticamente la marca BMW Motorrad. En su lugar, los visitantes exploran la marca y su mundo de experiencias mediante el descubrimiento práctico. Sin mostrar motos BMW, la marca se escenifica mediante objetos típicos de la vida de los motoristas de forma que despierta la curiosidad y anima a la exploración.

Elementos como el sonido y la luz se adaptan perfectamente a la impresión espacial y a las fases de formación. En el centro de la sala, la hoguera creada a partir de paneles de fibra óptica en forma de escultura luminosa simboliza la reunión de

motoristas, como lugar de diálogo y comunicación y como símbolo de la conexión con clientes y aficionados a través de la marca BMW Motorrad.

Los estímulos acústicos y visuales apropiados, la iluminación atmosférica de la escultura de luz y los materiales naturales seleccionados utilizados para el mobiliario garantizan una atmósfera auténtica que transmite el aire libre y la experiencia de primera mano. Enmarcado por tres estanterías múltiples a la altura del techo con puntos focales temáticos específicos para cada cliente, el resultado es un espacio experiencial que representa de forma memorable todas las facetas de la marca BMW Motorrad y despierta emociones y creatividad en los visitantes.

BMW Motorrad Brand Mover Training: Pensamiento off, instintos on.

Desde enero de 2022 es posible experimentar la marca BMW Motorrad junto con las demás marcas del Grupo en la sala de la marca BMW Motorrad en el BMW Welt de Múnich. En el Brand Mover Training que se celebra allí, los participantes aprenden más sobre la marca BMW Motorrad y sus tipos de clientes de una forma interactiva y cautivadora. Y no sólo visualmente, sino a través de todos los sentidos: oliendo, oyendo, sintiendo y tocando. Todo ello bajo el lema: sin pensar y con instintos.

El Grupo BMW

El Grupo BMW, con sus cuatro marcas BMW, MINI, Rolls-Royce y BMW Motorrad, es el primer fabricante mundial de automóviles y motocicletas de gama alta, y también ofrece servicios financieros y de movilidad de primera calidad. La red de producción del Grupo BMW comprende más de 30 centros de producción en todo el mundo; la compañía cuenta con una red de ventas global en más de 140 países.

En 2022, el Grupo BMW vendió cerca de 2,4 millones de turismos y más de 202.000 motocicletas en todo el mundo. El beneficio antes de impuestos en el ejercicio 2021 fue de 16.100 millones de euros sobre unos ingresos que ascendieron a 111.200 millones de euros A 31 de diciembre de 2021, el Grupo BMW contaba con una plantilla de 118.909 empleados.

El éxito del Grupo BMW siempre se ha basado en el pensamiento a largo plazo y la acción responsable. La compañía estableció el curso para el futuro en una etapa temprana y hace que la sostenibilidad y la gestión eficiente de los recursos sean centrales en su dirección estratégica, desde la cadena de suministro a través de la producción hasta el final de la fase de uso de todos los productos.

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

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

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

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

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