

BMW Group lance le déploiement du modèle de vente directe à travers l'Europe à partir du 1er janvier 2024, en commençant par MINI dans trois pays.

- Approuvé par les concessionnaires à travers l'Europe, avec des contrats d'agence signés par 100% des partenaires MINI.
- Le déploiement d'un véritable modèle d'agence commencera avec MINI en Italie, en Pologne et en Suède.
- Déploiement progressif dans d'autres pays européens, avec une transition pour la marque BMW à partir de 2026.
- Les concessionnaires resteront les interlocuteurs privilégiés des clients et percevront une commission fixe par voiture vendue.
- Les prix fixes à l'échelle nationale amélioreront la transparence des prix pour les clients.
- Les clients pourront passer en toute transparence de l'achat en ligne à l'achat physique.
- Pieter Nota : "Le nouveau modèle de vente nous permettra de communiquer directement avec nos clients et de doter BMW Group d'une interface client directe."

Munich. En 2024, BMW Group lancera le déploiement de son nouveau modèle de vente. Il sera introduit dans toute l'Europe en plusieurs étapes, en commençant par MINI en Italie, en Pologne et en Suède le 1er janvier 2024. Les autres pays européens suivront progressivement, la transition étant prévue pour BMW à partir de 2026. Le déploiement à venir représente une étape importante et permettra à tous les nouveaux véhicules BMW et MINI d'être vendus par l'intermédiaire d'un modèle d'agence unique dans toute l'Europe.

Le nouveau modèle de vente profitera à la fois aux clients, aux partenaires commerciaux ainsi qu'au BMW Group. Une tarification standard à l'échelle nationale pour des modèles de véhicules identiques garantira la transparence des prix pour les clients. En outre, au fur et à mesure de la transition vers le modèle d'agence, BMW Group digitalisera l'ensemble du processus d'achat, donnant aux clients le choix entre l'achat en ligne et l'achat physique, et permettant de passer de l'un à l'autre de manière transparente. Tout cela sera rendu possible grâce à un système informatique intégré de bout en bout, ainsi qu'à un accès total au réseau de vente lié à l'entreprise.

"Cette transition vers la vente directe avec nos partenaires distributeurs est une étape clé dans le réalignement de notre division des ventes, qui est en cours depuis 2020. Le nouveau modèle de vente nous permettra de communiquer directement avec nos clients et de doter BMW Group d'une interface client directe", a déclaré Pieter Nota, membre du conseil de d'administration de BMW AG en charge des clients, marques et des ventes. "L'objectif de notre nouveau modèle de vente est très clairement d'accroître la satisfaction des clients et d'offrir la meilleure expérience client de l'industrie".

Lorsque le nouveau modèle de vente sera en place, BMW Group continuera à dépendre du réseau de concessionnaires existant, en capitalisant sur l'une des forces principales de l'entreprise : une structure de vente très efficace et bien établie. Le nouveau modèle de vente a été créé au cours d'un long processus dans lequel les partenaires commerciaux ont été activement impliqués. "Je tiens à remercier chaleureusement nos concessionnaires pour leur coopération constructive et le retour d'information très positif qu'ils nous ont donné en signant 100 % de nos contrats d'agence MINI. C'est une confirmation claire de notre volonté d'aller de l'avant ensemble", a déclaré Pieter Nota. BMW Group s'attend à ce que les contacts personnels avec les clients se maintienne à l'avenir, les partenaires commerciaux jouant un rôle clé.

Le modèle d'agence offre aux concessionnaires une base attrayante et pérenne pour leurs activités, ainsi qu'une plus grande sécurité en matière de planification. Ils perçoivent une commission fixe par véhicule vendu, calculée avec soin et tenant compte de l'ensemble des facteurs. Il en va de même pour les achats en ligne, pour lesquels ils seront entièrement rémunérés pour les livraisons de véhicules. En outre, le nouveau modèle de vente leur permet de se concentrer sur la fourniture des meilleurs conseils et services possibles aux clients et leur donne accès à l'ensemble du stock de véhicules de BMW Group. Leur réaction au nouveau modèle de vente a été très positive et tous les distributeurs européens ont déjà signé des contrats pour MINI.

Dès aujourd'hui, nos clients en Italie, en Suède et en Pologne peuvent utiliser nos précommandes en ligne pour la nouvelle MINI Cooper électrique et le nouveau MINI Countryman dans le cadre de ce nouveau modèle de vente.

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI, Rolls-Royce et BMW Motorrad, est le premier constructeur d'automobiles et de motos Premium au monde, fournissant également des services dans les domaines de la finance et de la mobilité. BMW Group exploite 30 sites de production et d'assemblage dans le monde, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

En 2022, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total de près de 2,4 millions d'automobiles et plus de 202 000 motos. En 2022, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 23,5 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires de 142,6 milliards d'euros. Au 31 décembre 2022, les effectifs de BMW Group étaient de 149 475 salariés.

Le succès de BMW Group a toujours été basé sur une vision à long terme et une action responsable.

L'entreprise a fixé très tôt le cap pour l'avenir et place systématiquement la durabilité et la gestion efficace des ressources au cœur de son approche stratégique, depuis la chaîne d'approvisionnement jusqu'à la fin de la phase d'utilisation de tous les produits, en passant par la production.

www.bmwgroup.com

Facebook: www.facebook.com/BMWGroup

Twitter: www.twitter.com/BMWGroup

YouTube: www.youtube.com/BMWGroupView

**BMW
GROUP**

Communication Corporate et RSE

Instagram: www.instagram.com/bmwgroup
LinkedIn: www.linkedin.com/company/bmw

