

Communication et relations publiques

Communiqué de presse n°2114
28 juin 2016

MyBMW et MyMINI Financial Services : BMW Finance innove avec le lancement d'un nouvel espace clients en ligne. Digitalisation et personnalisation au coeur de la stratégie client.

Paris. BMW Finance lance deux nouvelles plateformes de relation client via internet, MyBMW Financial Services (www.bmw.fr/MyFi) et MyMINI Financial Services (www.MINI.fr/MyFi) pour l'ensemble de ses marques : BMW, BMW i, BMW Motorrad, et MINI.

Chaque client particulier ou professionnel aura maintenant accès à son espace personnel sur lequel il peut se connecter afin d'accéder à toutes les informations relatives à son contrat de financement tel que ses échéances, ses données personnelles, bancaires et de son véhicule. Il aura la possibilité d'effectuer des modifications en ligne sur l'ensemble de ses données et ainsi pouvoir piloter son contrat de financement à tout moment. De plus il pourra accéder à un module d'accompagnement personnalisé sur la fin de contrat et ainsi avoir toutes les informations clés à sa disposition. Une série de services sera également disponible pour répondre aux besoins et aux questions des clients BMW Finance.

« BMW Finance a entamé sa révolution digitale depuis quelques années déjà, avec des offres inédites telles que la mise en ligne de loyers pour les véhicules d'occasion ou la possibilité pour nos clients de souscrire à nos offres via un contrat électronique à la place d'un contrat papier. Ce dernier représente déjà 70% de nos financements. » souligne Alexandre Leclercq, Directeur Commercial et Marketing de BMW Finance. « MyBMW Financial Services et MyMINI Financial Services représentent une nouvelle étape pour nos clients qui auront 24h/24 et 7j/7 accès à leur espace depuis leur ordinateur, tablette ou smartphone. C'est une offre de services indispensables et complémentaires avec nos Centres d'Interaction Clients destinés à nos clients préférant le téléphone (pour BMW : 09 69 32 20 39 et pour MINI : 09 69 32 20 59) ou le courrier ».

Avec cette initiative BMW Finance s'inscrit pleinement dans la stratégie de BMW Group de développement du digital et de la voiture connectée au service de la satisfaction client, déjà présente dans les véhicules avec la technologie BMW ConnectedDrive.

Communication et relations publiques

BMW Group en France

BMW Group est implanté sur quatre sites en France : Montigny-le-Bretonneux (siège social), Tigery (centre de formation), Strasbourg (centre PRA international) et Miramas (centre d'essais techniques international). BMW Group emploie avec ses filiales commerciales et financières ainsi que son réseau exclusif de distribution plus de 5.000 salariés en France. En 2015, BMW Group France a immatriculé 76.077 automobiles des marques BMW et MINI et 12.456 motos.

Le volume annuel d'achats de BMW Group auprès des équipementiers et fournisseurs français se chiffre en milliards d'Euro. Parmi eux, citons Dassault Systèmes, Faurecia, Michelin, Plastic Omnium, St Gobain, Valeo. La coopération avec PSA sur les moteurs 1,6 l est un grand succès. Dans le cadre de sa stratégie électro-mobilité, BMW Group a créé la marque BMW i et a introduit les révolutionnaires BMW i3 et BMW i8.

BMW Group France poursuit en outre une politique active et pérenne de mécénat avec des institutions et associations culturelles de renom, telles que le musée Nicéphore Niépce, l'Orchestre de Paris, l'Opéra de Paris, les Rencontres d'Arles de la Photographie. Depuis plus de 30 ans, BMW Group France finance des projets d'utilité publique par le biais de sa Fondation placée sous l'égide de la Fondation de France : actuellement la prévention routière pour les jeunes conducteurs. L'engagement sociétal de BMW Group se décline aussi avec ses partenariats dans le sport français : Fédération Française de Golf (FFG), Comité National Olympique du Sport Français (CNOSF) et depuis le 1er janvier 2013, la Fédération Française de Rugby (FFR) et le XV de France.

BMW Group

BMW Group, qui comprend les marques BMW, MINI et Rolls-Royce, 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. Entreprise de dimension mondiale, BMW Group exploite 31 sites de production et d'assemblage implantés dans 14 pays, ainsi qu'un réseau de vente présent dans plus de 140 pays.

Pour l'exercice 2015, les ventes mondiales de BMW Group ont atteint un volume total d'environ 2 247 485 automobiles et près de 137 000 motos. En 2015, l'entreprise a réalisé un bénéfice avant impôts de 9,22 milliards d'euros pour un chiffre d'affaires d'environ 92,18 milliards d'euros. Au 31 décembre 2015, les effectifs de BMW Group étaient de 122 444 salariés.

De tout temps, le succès de BMW Group s'est construit sur une action responsable, axée sur le long terme. Tout au long de la chaîne de création de valeur, la stratégie de développement de l'entreprise se fonde sur la durabilité écologique et sociale, la pleine et entière responsabilité du constructeur vis-à-vis de ses produits et un engagement ferme à préserver les ressources naturelles.