

BMW 4. seeria LANSSEERIMINE

Väliskommunikatsiooni üritus



Uue BMW 4.seeria auto uus julgem ja väljakutsuvam välimus vajab **sobilikku kommunikatsiooni ning Eesti esmaesitlust**. Polariseeriv enneolematu esivõre disain oli lõõnud laineid juba internetis ja kindel oli see, et külmaks ei jätnud see ühtegi BMW entusiasti. Lansseerimisürituse puhul **tuligi arvestada julgema lähenemisega ja erilisemate tegevustega**. Pidime arvestama ka koroonast tingitud piirangute ja võimalustega. **Eesmärk oli kohapeale üritusele saada 200 BMW olemasolevat klienti ja autoajakirjanikke ning luua võimalused üritusest osa saada ka kaugmeetodil.**

Teostus

Kontseptsiooni läbiv joon oli vana ja uue ühildamine. Soovisime võtta **kvaliteetse vana ning lisada sellele uue ja radikaalsema kihi**. See soov väljendus nii asukoha, muusika kui ka muudes valikutes.

Asukohana pakkus selleks head võimalust Põhjala tehas **oma robustse interjööri ja helge tulevikuga**. Muusika ja lansseerimiskontseptsiooni alustalaks oli bänd Oopus, kelle **spetsiaalselt kokku pandud pooletunnine folktroonika set juhatas sisse auto "grand entrance" stiilis sisenemishetke**. Ka näiteks joogivalikul saime sama teemat hoida, tutvustades **klassikalisi kokteile uues pudelisse villitud kuues**.

Autoajakirjanikele löime võimaluse veel enne teisi kohtuda 4. seeria autoga. **Juhatasime nad enne ürituse algust taskulampidega varustatult läbi pimedate tehaseruumide ja lavastasime kohtumise õhtu peategelasega**.

Kogu üritust oli võimalik jälgida ka Delfi vahendusel otseülekandena ja hiljem järelvaatamisena.



TULEMUSED



Huvi ürituse ja uue BMW vastu oli enneolematult suur.
Kohapeal külastajaid peaaegu topelt oodatust!



Otseülekannet jälgis:
830 inimest
Järelvaatamisi
Üle 1000



Ei saa ka mainimata jätta õhinat ja sära kogu korraldusmeeskonna silmis, kelle jaoks see oli üks väheseid füüsiliselt toimunud üritusi aastal 2020.