

以人才质量促竞争力提升 宝马在华第三家培训中心落户广州

2013年5月3日, 宝马广州培训中心在广州萝岗区科学城开发区正式开业, 成为继北京、上海之后, 宝马在中国的第三家培训中心, 为经销商员工提供全面的技术和非技术类培训, 提升经销商售前、销售和售后服务的专业能力, 为企业发展奠定坚实基础。



宝马集团大中华区总裁兼首席执行官安格说: “未来发展最关键的问题是业务链的品质, 而造就高品质的根本就是人才。”

基于公司战略对人才培养的高度重视, 宝马培训网络在过去数年间持续拓展, 满足了零售、服务网络的快速发展。从2005年成立北京培训中心, 2006年正式成立宝马中国培训学

院, 2009年成立上海培训中心, 至广州培训中心开业已形成北、上、广三大培训中心、15家培训基地和11家钣喷培训中心相互支撑的覆盖全国的培训网络。今年3月以来, 福州和武汉培训基地刚刚开业。

2013年, 宝马培训学院为经销商员工提供的培训预计可达23万人天, 再次刷新2012年18万人天的纪录, 是

全球豪华车历史上所进行的规模最浩大培训工程。

目前, 宝马在中国的授权经销商服务网点超过370个, 而公司正在积极向更多的三、四、五线城市渗透。基于目前超过百万的BMW和MINI汽车保有量和未来两三年的发展预期, 客户对售后服务的需求将呈现爆炸式增长, 而宝马正致力于把优异的售后服务打造成稳定的业务支柱和新的竞争优势。因此, 完善的宝马培训网络将在公司整体战略中发挥更重要的作用。

负责全球培训的宝马集团资格认证与经销商人力资源发展副总裁 Joachim Geissler先生说: “我们致力于通过全球标准化的培训设施、培训课程、培训认证体系来帮助BMW的经销商去实现最具有客户关怀、最具有竞争力的人员发展和培训。”

宝马培训坚持个人职业发展与经销商发展相结合的双赢战略, 以此先进理念开展培训学院业务, 不断将人材转变为人才。宝马培训学院的业务涉及四大领域: 对经销商网络的人员认证和咨询服务、经销商内训师体系的培养和发展、面向未来的人才储备以及全国范围内的技能大赛等。

宝马对经销商员工的培训采用“选、育、用、留”的完整流程, 针对不同岗位提供专业性高、实用性强的课程, 并以关键岗位的培训认证、以赛促学等方式促进学员的学习热情, 塑造出合格的人才。宝马创办的售后服务技能大赛和钣喷技能大赛等每年都能吸引超过5000人参加。同时, 宝马还为经销商员工提供职业发展规划, 帮助员工提升个人竞争力和

品牌忠诚度。人员能力的提升确保了经销商的市场竞争力。

宝马培训学院同时成功创立院校合作模式, 一些宝马独有的培训认证项目以及人才培养计划受到合作伙伴和学员的欢迎。比如, BEST宝马售后英才教育项目创立于2006年, 预计到2016年将累计培养6,000名初级高素质人才, 为宝马经销商网络的拓展储备了人才, 也促进了毕业生就业。

宝马高质量的培训也得益于稳定、高素质和不断壮大的培训师团队。这支团队堪称宝马人才的灵魂工程师, 他们热爱宝马品牌, 富有激情, 其中服务时间最长的宝马培训师已在职18年。他们注重有特色的培训风格, 注重内容的互动性、实操性、实效性和以人为本。所有培训师都定期参加宝马总部的培训。目前, 宝马的培训师人均每年承担100天的培训课程。

新落成的宝马广州培训中心历时一年半时间打造, 培训设施先进、功能全面, 整体水平与宝马全球同步。其总体布局、设计以及选材上兼顾高品质和环保诉求, 比如, U型的建筑形体使内部充分利用自然采光与自然通风, 屋顶和玻璃幕墙均采用保温环保材料, 而雨水将被收集于蓄水池, 过滤后再次利用, 用于室外绿化浇灌。

宝马广州培训中心设置了包括品牌学院、实践训练单元、非技术培训单元、售后训练单元、理论授课区、销售培训区等多个技术与非技术培训科目, 每天可同时容纳近270人在此进行培训, 是宝马在华培训体系扩张的新里程碑。

“和植物做朋友”

2013年“BMW 童悦之家” 环保主题活动在渝启动

关爱绿色家园, 播撒绿“悦”希望。4月26日, 以“和植物做朋友”为主题的2013年“BMW童悦之家”环保系列活动在重庆临渡小学正式启动。来自四面八方的BMW爱心车主、经销商、员工和媒体记者组成BMW爱心大家庭, 和童悦之家的同学们一起加入到环保阵营中, 聆听环保知识, 践行绿色理念。宝马集团大中华区总裁兼首席执行官安格先生、华晨宝马汽车有限公司西区区域总监展飞先生、宝马爱心基金高级经理李英君女士也亲临现场, 与同学们展开亲切的互动, 并为“BMW童悦之家”儿童关爱计划揭开全新篇章。

在启动仪式上, 宝马集团大中华区总裁兼首席执行官安格先生表示: “过去两年间, 在广大BMW经销商、爱心车主和爱心人士的支持下, ‘BMW 童悦之家’儿童关爱计划取得了卓越的成果, 今年, 我们将对包括BMW童悦之家在内的一系列社会融合项目进行大力创新, 通过更多切实

努力, 为经济欠发达地区的人们提供帮助和支持。”

播撒绿色希望 传递爱心力量

自2011年6月“BMW童悦之家”启动以来, 在不到两年的时间里, 从“用爱为奥运加油”爱心运动会, 到

“环保从‘还宝’做起”, BMW带领广大经销商和爱心车主通过精心策划的各类主题活动为童悦之家的孩子们创造了丰富的学习机会, 也为他们搭建了一个开拓视野, 启迪心灵的平台。

在总结过往成功经验的基础上, 今年, 宝马爱心基金将继续在全国已建成的52个“BMW童悦之家”中开展以环保为主题的活动——“和植物做朋友”。该活动将根据东、西、南、北四个区域不同的植被特点和种类, 对孩子们进行植物知识的普及, 并带领孩子们探索大自然中丰富多彩的植物世界, 让他们从小就具有保护环境和爱护大自然的理念与意识。在具体活动中, BMW爱心车主和“BMW童悦之家”的孩子们将组成“童悦家庭”, 首先参加在经销商层面举办的环保活动, 完成盆栽植物播种、记录《植物成长日记》和参观植物园、植物摄影比赛等一系列“绿色任务”, 表现优异的“童悦家庭”将有机会参加宝马爱心基金组织的年终环保主题活动。

凝聚温暖正能量 探索实效新模式

截至2012年底, 在BMW经销商的大力支持下, “BMW童悦之家”儿童关爱计划已经在全国27个省市建设了52个童悦之家, 为近4万名儿童带去了知识和快乐。

一直以来, 宝马爱心基金都不仅仅单纯注重“BMW童悦之家”数量的增加, 而是注重每一个现有“BMW童悦之家”的质量建设, 未来, 宝马爱心基金将进一步提升对童悦之家的质量管理, 包括对图书、电脑和文体用品等硬件设施的逐年更新, 引入志愿

者常驻机制, 开展志愿者课堂等项目。宝马爱心基金将不断探索更为有效的帮扶模式, 最大限度的发挥童悦之家对孩子们学习和成长的积极作用。与此同时, 宝马爱心基金还将继续凝聚包括爱心车主、员工、经销商和媒体等爱心志愿者的力量, 开创持续性的主题活动、兴趣课堂等更加多元化的形式, 为孩子们提供更多学习和实践的机会, 使他们在城里孩子一样, 在更加平等健康的环境中快乐成长, 这也将帮助他们在未来更好的融合到社会大家庭中, 成为国家的栋梁之才。

作为一个优秀的企业公民, BMW早已将企业社会责任融入到公司的发展战略中, 并坚持利用自身的资源和核心竞争力, 去造福社会, 撒播欢乐。未来, 宝马爱心基金将继续汇聚和整合整个BMW爱心大家庭的力量, 为中国社会的可持续发展和社会融合贡献力量和传递希望!



BMW M：连续15个赛季的 MotoGP官方安全车

近日, 随着2013年MotoGP世界摩托车锦标赛火热上演, BMW M车型已连续15次成为此项赛事的年度官方安全车。自1999年与该项摩托车领域的顶级赛事合作以来, BMW M车型一直是MotoGP世界摩托车锦标赛的官方指定安全车。

BMW M公司市场及销售总监 Thomas Schemera表示: “BMW M与MotoGP的合作已进入第15年, 我们已成为赛事主办方 Dorna Sports最为信赖的合作伙伴。同样这项顶级摩托车赛事也为我们提供了向全世界摩托车运动爱好者展现BMW M高性能产品的完美平台, 这些车迷对不断创新的运动车型充满激情。我们也十分自豪全新BMW M6四门跑车能够成为领衔2013赛季的安全

车。”

在卡塔尔鲁塞尔国际赛道进行的揭幕战中, 全新BMW M6四门轿跑车首次以安全车身份在公众面前亮相。作为BMW M公司的最新旗舰车型, 这款备受瞩目的高性能轿跑车将卓越性能、美学设计和豪华装备完美融合, 搭载了采用M双涡轮增压系统的高转速V8发动机, 输出功率达412千瓦/560马力, 0-100公里/小时加速仅需4.2秒。车顶采用增强型碳纤维材料, 与经过优化的发动机性能、底盘技术、空气动力学特性和车身平衡一起, 将具有代表性的BMW M精确特征发挥至极。基于全新BMW M6四门轿跑车打造的安全车还针对服务赛道用途进行了特殊改装。



BMW首席赞助

《艺术新闻 / 中文版》发刊庆典

2013年5月13日, 世界顶尖艺术刊物The Art Newspaper (《艺术新闻》) 中文版发刊庆典在北京举行。The Art Newspaper (《艺术新闻》) 国际版创始人暨总编辑 Anna Somers-Cocks女士、现代传播集团董事长邵忠先生、中央美术学院美术馆馆长王璜生先生、巴黎艺术博览会亚太区总监 Magnus Renfrew先生、著名艺术评论家 Karen Smith女士, 及众多艺术界知名人士到场, 共同庆祝《艺术新闻 / 中文版》的成功发刊。BMW作为首席赞助商, 赞助该庆典并提供全程贵宾用车。

The Art Newspaper (《艺术新闻》) 凭借其对艺术的严谨态度与责任感, 在过去的三十年间, 发展成为全球最具权威性的艺术刊物之一。而《艺术新闻 / 中文版》的发刊将为中国观众提供全球最前沿的权威艺术资讯。Anna Somers-Cocks女士表示: “过去30年间, 艺术在中国的复苏是这个国家最具革新性的发展。中国政府对于艺术的发展给予重视; 与此同时, 全球对中国的艺术亦充满兴趣。期待《艺术新闻 / 中文版》将会增进中国与西方的相互了解。”

秉承对艺术的一贯坚持与追求, BMW自品牌创立之初起, 便不断汇

聚世界尖端科技和顶级设计, 将每一辆宝马汽车打造成一件流动的艺术品。此次对《艺术新闻 / 中文版》发刊庆典的赞助, 正是源于对这一品牌特性的追求。

BMW为该庆典提供了新BMW 7系和BMW 5系Li卓尔限量版车型作为全程贵宾用车。在庆典现场, 与会嘉宾还共同领略了BMW 6系四门轿跑车独特、前瞻、优雅的特质。

一直以来, BMW充分意识到自身在文化领域所承担的社会责任, 在华开展了一系列艺术赞助项目, 涉及音乐、绘画、雕刻、电影等多个领域。在过去六年间, BMW持续赞助辽宁芭蕾舞团, 举办“宝马艺术之夜”, 积极推广和普及芭蕾艺术; 2012年, BMW启动“BMW大师殿堂”艺术鉴赏平台, 与著名歌剧指挥家丹尼尔·欧伦先生 (Daniel Oren)、著名舞蹈家杨丽萍女士等国内外艺术家合作, 为普通中国观众带来世界级艺术演出; 今年, BMW推出“BMW艺术沙龙”, 为艺术爱好者搭建与世界艺术大师对话的桥梁。未来, BMW将通过更加多样化的文化艺术赞助, 推动中国艺术发展、促进多元文化交流, 让消费者更好地领略到BMW品牌的美学气质与艺术内涵。

