



CHEVROLET TRACKER

GM MERCOSUL | MEDIA ANALYSIS

EARNED MEDIA

Print, TV & Digital Media

882

VOLUME


64

M



MESSAGE
CONTACTS

91%

POSITIVE
TONALITY

18/03 - 25/03

234

VOLUME

32.7 M

MESSAGE
CONTACTS

26/03 - 20/06



648

VOLUME

31.3 M

MESSAGE
CONTACTS

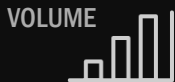




SOCIAL MEDIA

YouTube, Facebook e Instagram

868



24.1 M



18/03 - 25/03

118 15.3 M

VOLUME MESSAGE CONTACTS

26/03 - 20/06

↑ 241 7.7 M

VOLUME MESSAGE CONTACTS



18/03 - 25/03

76 12 K

VOLUME ENGAGEMENT

26/03 - 20/06

↑ 170 48.2 K ↑

VOLUME ENGAGEMENT



18/03 - 25/03

133 783.3 K

VOLUME ENGAGEMENT

26/03 - 20/06

130 236.6 K

VOLUME ENGAGEMENT

AÇÕES | OPERAÇÃO VIRTUAL, MERCADO LIVRE & SUCESSO DE VENDAS

OPERAÇÃO VIRTUAL

43  7.1 M 

MERCADO LIVRE

88  14.7 M 

SUCESSO DE VENDAS

132  26.4 M 

241

VOLUME 

45

M



MESSAGE
CONTACTS

“ Chevrolet lança campanha para consumidor comprar carro em casa ”

“ General Motors lança operação virtual de compra ”

“ Chevrolet vai vender o Tracker em loja do Mercado Livre ”

“ Chevrolet anuncia que venderá o novo Tracker pelo Mercado Livre ”

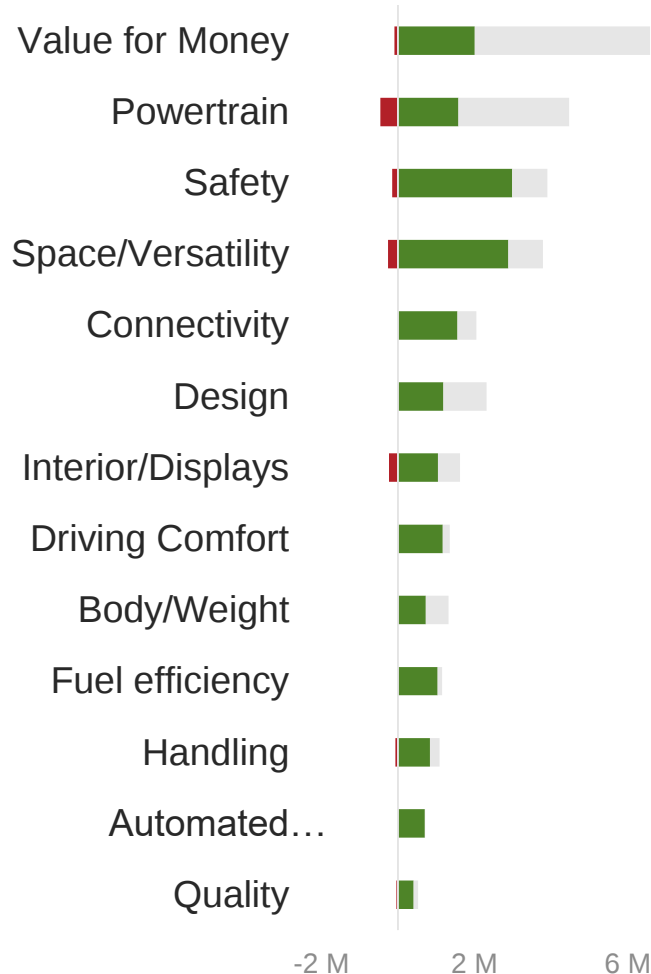
“ Chevrolet Tracker é o carro que mais cresce em vendas ”

“ Novo Tracker 'esgota' estoques em maio e já é líder do segmento, segundo GM ”

PRINT, TV & DIGITAL MEDIA | TRACKER | PRODUCT ASPECTS

Os principais pilares do Novo Tracker como, por exemplo, 'Powertrain', 'Safety', 'Space/Versatility' e 'Connectivity' apresentaram grande cobertura na mídia.

TOP CHEVROLET PRODUCT ASPECTS



VALUE FOR MONEY:

“custo-benefício agressivo” (autopapo.uol.com.br, 18.03).

POWERTRAIN:

“Certamente o elogio da Tracker fica por conta do motor 1.2 turbo de 133cv combinado com câmbio automático de seis marchas. Ágil, com funcionamento suave e torque de 21,4kgfm de torque a 2.000rpm o crossover é rápido e ao longo do teste se mostrou econômico com médias urbanas” (r7.com, 08.06).

SAFETY:

“O novo Tracker ainda tem lista maior de equipamentos de segurança” (quatorodas.abril.com.br, 19.03).

SPACE/VERSATILITY:

“A terceira geração do Chevrolet Tracker cresceu. Ele agora traz porta-malas de 393 litros contra os tímidos 306 litros de antes” (icarros.com.br, 18.03).

CONNECTIVITY:

“O wi-fi colocou a Chevrolet em outro patamar” (carpress.uol.com.br, 18.03).

DESIGN:

“Ficou mais bonito” (Quatro Rodas, 01.04).

INTERIOR/DISPLAY:

“A habitabilidade melhorou e o conforto também” (msn.com, 18.03).

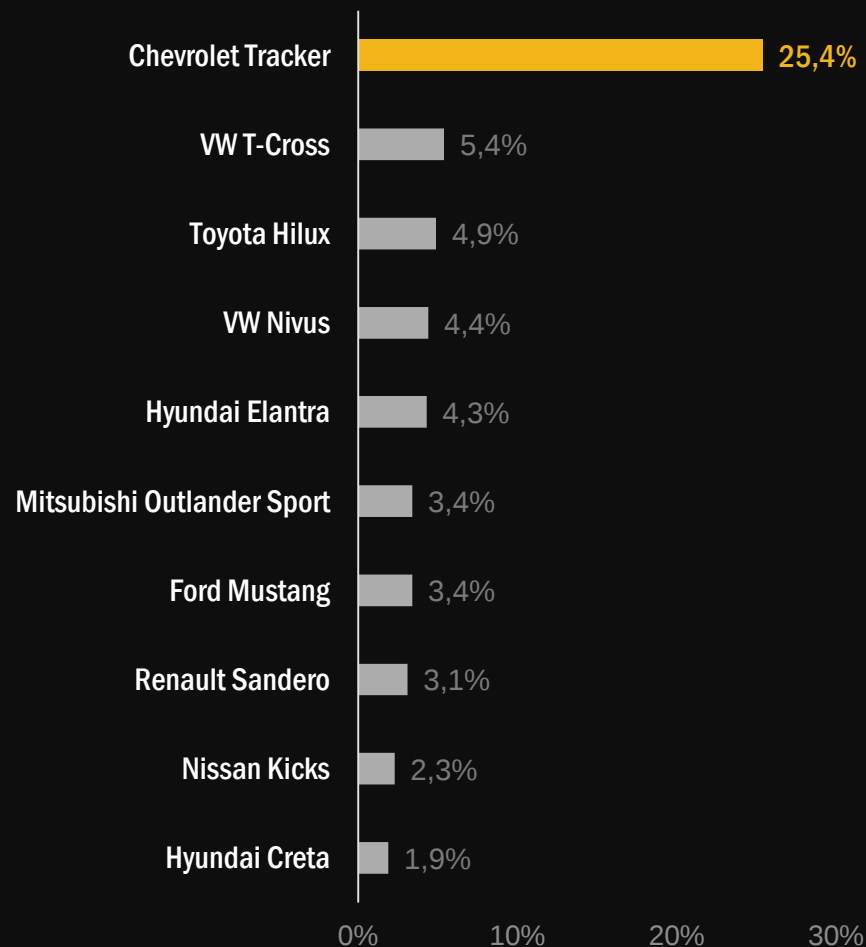
BODY/WEIGHT:

“Tem porte de SUV de verdade” (uol.com, 09.06).

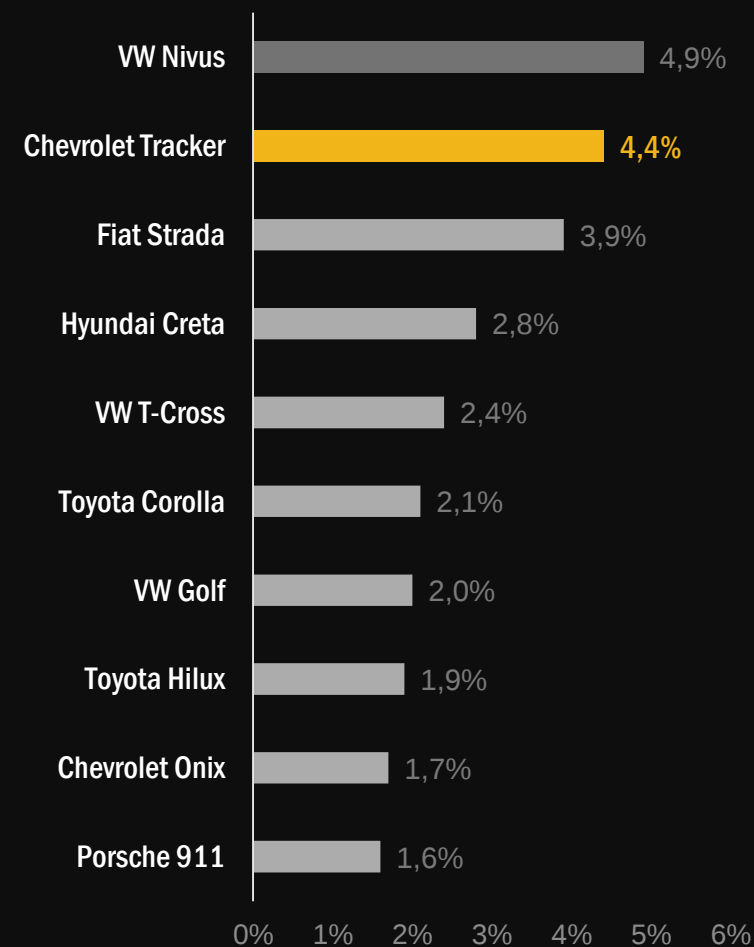
PRINT, TV & DIGITAL MEDIA | TOP MODELS BY SoV

Durante os primeiros dias de seu lançamento, o Tracker dominou a cobertura de automóveis na imprensa com 25,4% de share.

TOP 10 MODELS
(18/03/20 – 25/03/20)



TOP 10 MODELS
(18/03/20 – 20/06/20)



SOCIAL MEDIA | TRACKER



RP | INFLUENCIADORES

19

VOLUME

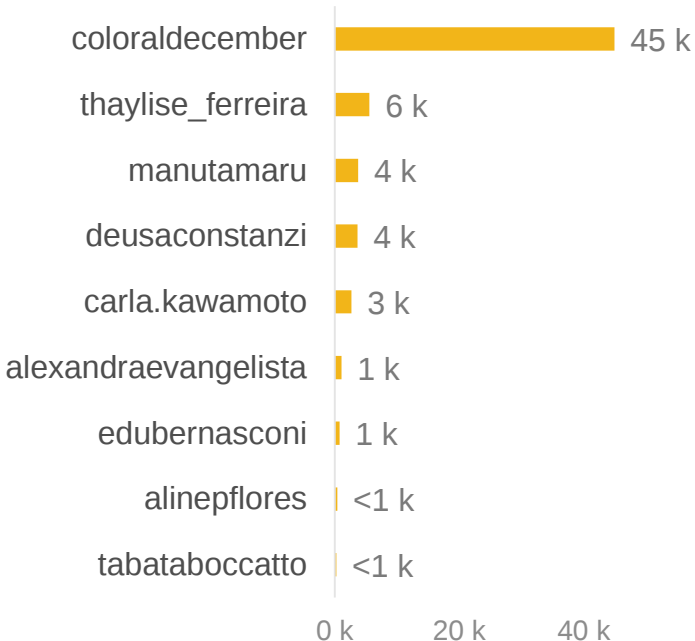


63.2 K

ENGAGEMENT



TOP INFLUENCERS | by Engagement



BRANDED CONTENT

28

VOLUME

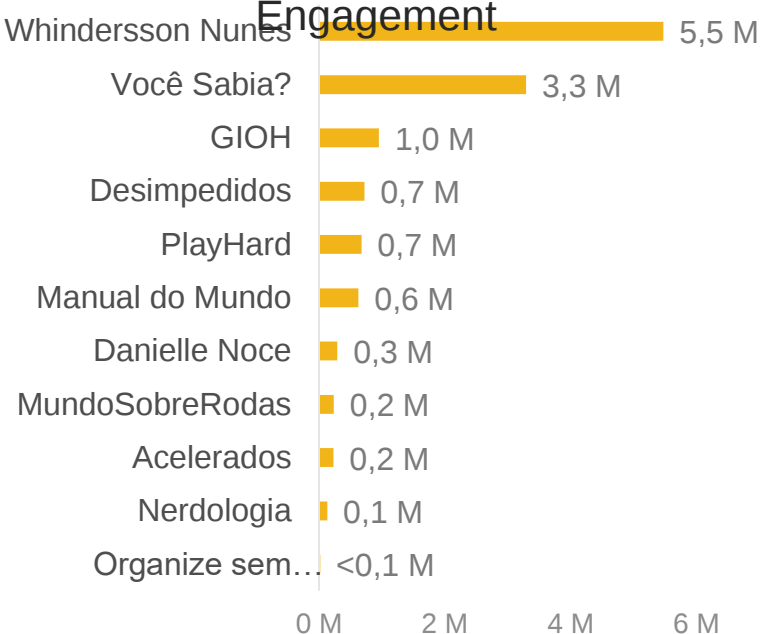


12.7 M

ENGAGEMENT



TOP INFLUENCERS | by Engagement





ESTER LAUTERT
Project Director
lautert@prime-research.com

BRUNO RAMOS
Senior Project Manager
ramos@prime-research.com

EUROPEAN RESEARCH
CENTER
Mainz, Germany

PRIME RESEARCH UK
Oxford, Great Britain

PRIME RESEARCH CH
Zurich, Switzerland

PRIME RESEARCH CN
Shanghai, China

PRIME RESEARCH IN
New Delhi, India

PRIME LATIN AMERICA
São Paulo, Brasil

PRIME RESEARCH NEW YORK
New York, USA

NORTH AMERICAN RESEARCH
CENTER
Ann Arbor, USA