



TOYOTA

Prêmio Jatobá 2021

Case: Toyota

Título: **Do Micro ao Macro -
Lançamento Corolla Cross**

Área de Mercado: Automotivo

Categoria: Assessoria de Imprensa e
Eventos

Setembro de 2021

SINOPSE

A **Toyota**, a maior fabricante de automóveis do mundo, e líder absoluta no Brasil em três categorias, SUV (SW4), Sedã (Corolla) e Picapes (Hilux), e na venda de veículos híbridos, com 52% do mercado, **lançou em março de 2021 o primeiro SUV fabricado no Brasil e o segundo do mundo a adotar a tecnologia híbrida flex, o Corolla Cross**. Para isso, a marca e a RPMA apostaram em um lançamento 360 para impactar os mais variados públicos, desde a imprensa especializada, economia e negócios, influenciadores, concessionários e consumidores, dividindo o evento em quatro fases.

DESAFIO

- **Posicionar** o SUV como o utilitário que o brasileiro estava esperando
- **Gerar** buzz para a marca no dia do lançamento nacional num vídeo apresentado no Youtube com todos os públicos alvos.
- **Tornar** o modelo a mais nova referência em veículo sustentável graças a utilização da tecnologia híbrida flex
- Trabalhar a **percepção** de marca cool entre o público-alvo
- Reforçar as principais mensagens-chaves da Toyota junto a todos os stakeholders

OBJETIVOS

- **Apresentar o novo produto** da Toyota, de forma online e off-line (com toda a segurança), para os mais diferentes públicos com mensagens específicas para cada um deles.
- **Respeitar** os protocolos de higiene, segurança e higienização e **comunicar o principal lançamento da marca para o mercado brasileiro, numa narrativa informal.**
- **Gerar expectativa e apelo emocional** do consumidor utilizando o slogan "O SUV que você estava esperando!"
- **Aproximar a marca dos novos consumidores** e daqueles que trocaram modelos da marca pelo da concorrência, numa comunicação mais humanizada

ESTRATÉGIA

Usar a criatividade para transformar eventos essencialmente presenciais em um modelo híbrido, que garantisse engajamento, alcance e participação dos públicos alvos.

Para isso, a RPMA e o cliente, desenvolveram um lançamento em 4 partes:

- 1- avant première presencial durante cinco dias (26 jornalistas e influenciadores selecionados de todo o Brasil), foco em teste de carros;
- 2- apresentação online com foco no trade de economia e negócios (20 jornalistas) com os CEO da América Latina e Caribe, Masahiro Inoue, e presidente da Toyota do Brasil (Rafael Chang);
- 3- Dois dias de Q&A com executivos de produtos e da área comercial, com jornalistas de todo o Brasil dividido em 11 grupos de acordo com a região, para contribuir com mensagens-chaves específicas e contribuir com a estratégia comercial e exposição do modelo;
- 4- e finalmente a grande apresentação, feita via Youtube e redes sociais da marca, apresentando o modelo para todos os públicos, inclusive os jornalistas, e também o vídeo publicitário pela primeira vez.

Durante a realização da avant première e realização dos meetings com os jornalistas, foram enviados 165 kits de relacionamento (uma pipoqueira, pipoca orgânica, uma almofada para apoiar o pote de pipoca e copos de refrigerantes) com o intuito de convidar todos para assistir o lançamento no Youtube com toda a família e no conforto de seus lares, como se fosse um filme de cinema.

Fase 1

Avant Premiere

Quando: Fevereiro de 2021

Onde: Em Sorocaba

Por que? Para testar o lançamento - Corolla Cross XRE / Corolla Cross XRV and Corolla Cross XRX

Participantes : 26 jornalistas e influenciadores

De Carona com Leandro, Falando de Carro, Tô na Pista, Auto Entusiastas, Auto Informe, Coluna Alta Roda, UOL Carros, Webmotors, A Roda, Motorshow, Motor1, Jornal do Carro, Terra, IG, Folha de S. Paulo, Comprecar, Portal R7, KBB, Flatout, Mundo sobre Rodas, Vrum, Carros com Camanzi, Blogauto, Autopapo, Mobiauto and Acelerados



Fase 2

Quando: Fevereiro de 2021

Onde: online - via zoom

Por que? Para focar as mensagens nos negócios da companhia, competitividade e investimentos

Porta-vozes - Presidente Toyota Brasil e Presidente Toyota Latam

Participantes : 9 jornalistas , que cobrem economia e negócios nos principais veículos, entre eles Valor Econômico , O Estado de S.Paulo e Exame



Fase 3

Quando: Fevereiro de 2021

Onde: online - via zoom

Por que? Para focar as mensagens no produto, nos diferenciais competitivos

Toyota - porta-voz Diretor de Marketing

Participantes : 100 jornalistas , que cobrem o trade automotivo de todo o Brasil, divididos em 11 grupos de acordo com as regiões de atuação. Entre eles 4Rodas, Autoesporte, Uol carros, etc



Fase 4

Quando: Março 2021

Onde: Youtube

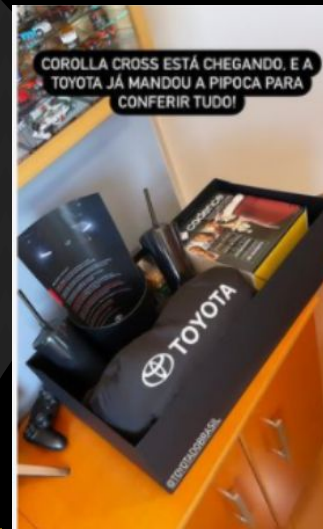
Por que? Para apresentar o produto e sua campanha de lançamento a todos os stakeholders

Toyota - Mediação Monica Salgado, Presidente da Toyota Brasil, Presidente Toyota Latam , Diretor de Marketing

Envio de 165 kits de relacionamento

Participantes : 7500 pessoas

- imprensa
- consumidores
- influenciadores
- concessionários



Primeiro mês de resultados

- 323 publicações (88,5% Positivas / 10.5% neutras / 1% Negativa)
- 127 vídeos (2 Mi views)
- IMV – 190 publicações (90% Positive / 10% Fact-based)
- Tier 1
 - 134 publicações
- Tier 2 - 107 publicações
- Publicações exclusivas sobre o produto e a marca: 177
- Com fotos - 265
- * 1.6 bilhão de possíveis impactos*

* Numbers by Meltwater

exame.

msn

AUTO
ESPORTE

Valor

OLHAR
DIGITAL

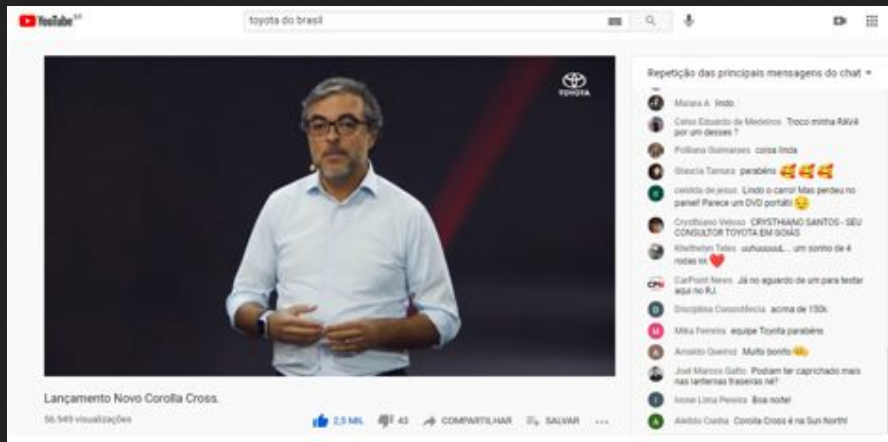
QUATRO
RODAS

ESTADÃO

AUTOMOTIVE
BUSINESS



Primeiro mês de resultados



Youtube: Online Audience: 7,5k
Until now: 56k views

Public Reach on social networks (Youtube/Instagram)
based on journalists and digital influencers posts:

4 MI

Highlights Imprensa

exame.

Viewers reach: 9.249.000

Quote: Yes

Tier: 1 (Positive)

Media: website

Photo: Yes

NOTÍCIAS

Toyota lança novo Corolla Cross; veja detalhes

O SUV da marca japonesa será produzido na planta de Sorocaba (SP), que recebeu investimento de R\$ 1 bilhão

Por Karina Souza

Publicado em 11/03/2021 às 19:35

Atualizado em 11/03/2021 às 21:17

Tempo de leitura: 2 min



ISTOE
Dinheiro

Viewers reach: 4.905.742

Quote: Yes

Tier: 1 (Positive)

Media: website

Photo: Yes

Corolla Cross chega às concessionárias no dia 25 com preço a partir de R\$ 139.990



A versão mais completa, a Special Edition, ganhará um pacote exclusivo, será vendida por R\$ 155.990 e, em comparação, mostrará muita diferença no segmento SUV de médio porte.

Da redação



A Toyota do Brasil lançou na noite desta quinta-feira (11) o novo Corolla Cross, a versão SUV do modelo mais vendido na categoria nos últimos anos no País. Com o novo lançamento, a montadora a marca se posiciona no segmento de SUV, um dos segmentos que mais cresce globalmente e também no Brasil.

ECONÔMICO
Valor

Toyota lança novo híbrido

A Toyota lançou ontem o Corolla Cross e anunciou os preços do novo automóvel: a versão básica custará R\$ 139,9 mil e a híbrida mais cara, R\$ 179,9 mil. O utilitário esportivo é o segundo modelo produzido pela montadora japonesa no Brasil que oferece uma versão híbrida. O Corolla sedã foi a primeira. A versão Cross será produzida na fábrica de Sorocaba (SP), que recebeu investimento de R\$ 1 bilhão. Todas as montadoras têm investido no lançamento de utilitários esportivos por ser este o segmento que mais cresce no Brasil. Representava 8,4% das vendas de carros no país em 2010. Hoje a fatia gira em torno de 26% e a previsão da indústria é chegar a mais de 33% daqui a dois anos.

AUTO
ESPORTE

Viewers reach:

3.520.000

Quote: Yes (Positive)

Tier: 1

Media: Newspaper

Photo: Yes

Teste: Toyota Corolla Cross é o SUV híbrido para atormentar o Jeep Compass

Modelo híbrido compensa desempenho modesto com consumo e equipamentos acima da média

Por Rodrigo Ribeiro

11/03/2021 - 19:35 - Atualizado em 11/03/2021



Foto: Reuters/Contrasto

A pandemia de Covid-19 reacendeu o aumento da desigualdade social no Brasil ao ponto disso ser percebido até na indústria automobilística. Os hatchbacks compactos, porta de entrada do mercado, perderam quase 11% de participação entre 2019 e 2020, enquanto os sempre desafiados SUVs cresceram mais de 22% no mesmo período. Isso ajuda a explicar a escolha da Toyota em sacrificar o Ecos para abrir espaço na linha de montagem em Sorocaba (SP) para o **Corolla Cross**, primeiro SUV médio da marca por aqui.



RP/VA

Highlights Social Media

POSTS: COROLLA CROSS LAUNCH

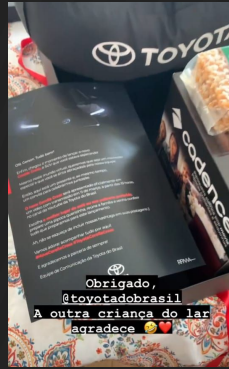


SOCIAL MEDIA

@joaobarion
540k followers



@gersoncampos
183k followers



@decaronacomleandro
26k followers



@carlos.cereijo
22.3k followers



Karina Simões @ks1951
41.4k followers



@garagemdobellotetv
156k followers



@janacletos
60.3k followers

