

Bookcase

# Ford

## Para além do setor automotivo



# Contexto

# Contexto

Com objetivo de dar continuidade ao trabalho iniciado em 2022, a Ideal recebeu, em 2023, o desafio de quebrar as barreiras do setor automotivo e posicionar a Ford como uma marca premium e inovadora nas editorias de lifestyle e tecnologia.



# Planejamento



# Planejamento

Para viabilizar os objetivos do cliente, o time Ideal mapeou veículos estratégicos e ampliou o mailing de relacionamento com jornalistas e influenciadores destas áreas.

# Planejamento

No setor de **tecnologia**, estreitamos relacionamento com grandes nomes através dos eventos e do programa de empréstimos, com carros que introduzem novidades interessantes e relevantes para o mercado.

Já em **Lifestyle**, buscamos os principais e mais relevantes veículos para encontrar nomes que apresentassem fit com a marca e com cada modelo de carro disponível em nossa frota.

Estes fatores foram determinantes para o sucesso do case.

# Como funciona o programa de empréstimos?

# Como funciona o programa de empréstimos?

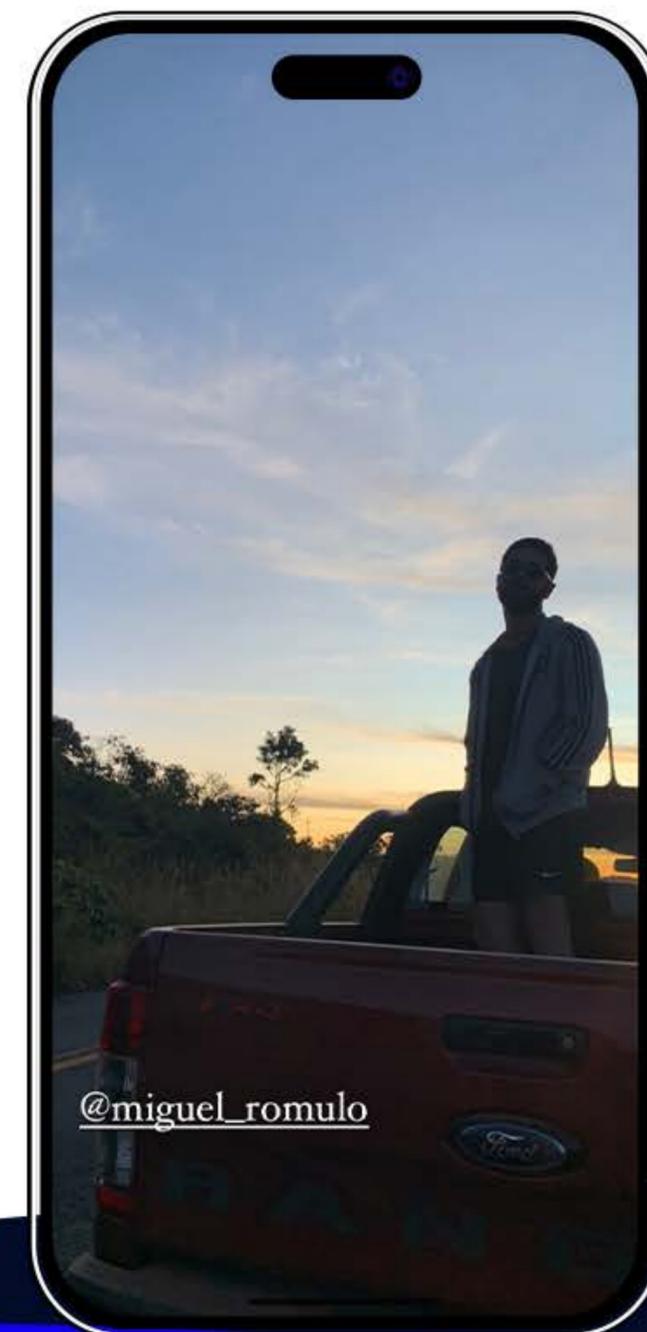
Os empréstimos funcionam da seguinte forma: oferecemos um carro durante alguns dias para testes. Alinhamos as datas, pegamos os documentos necessários e o influenciador ou jornalista recebe, em casa, o carro com tanque cheio.

Junto ao carro, o convidado recebe uma carta com detalhes sobre o modelo e o @ da Ford.



Giovanna Lancellotti

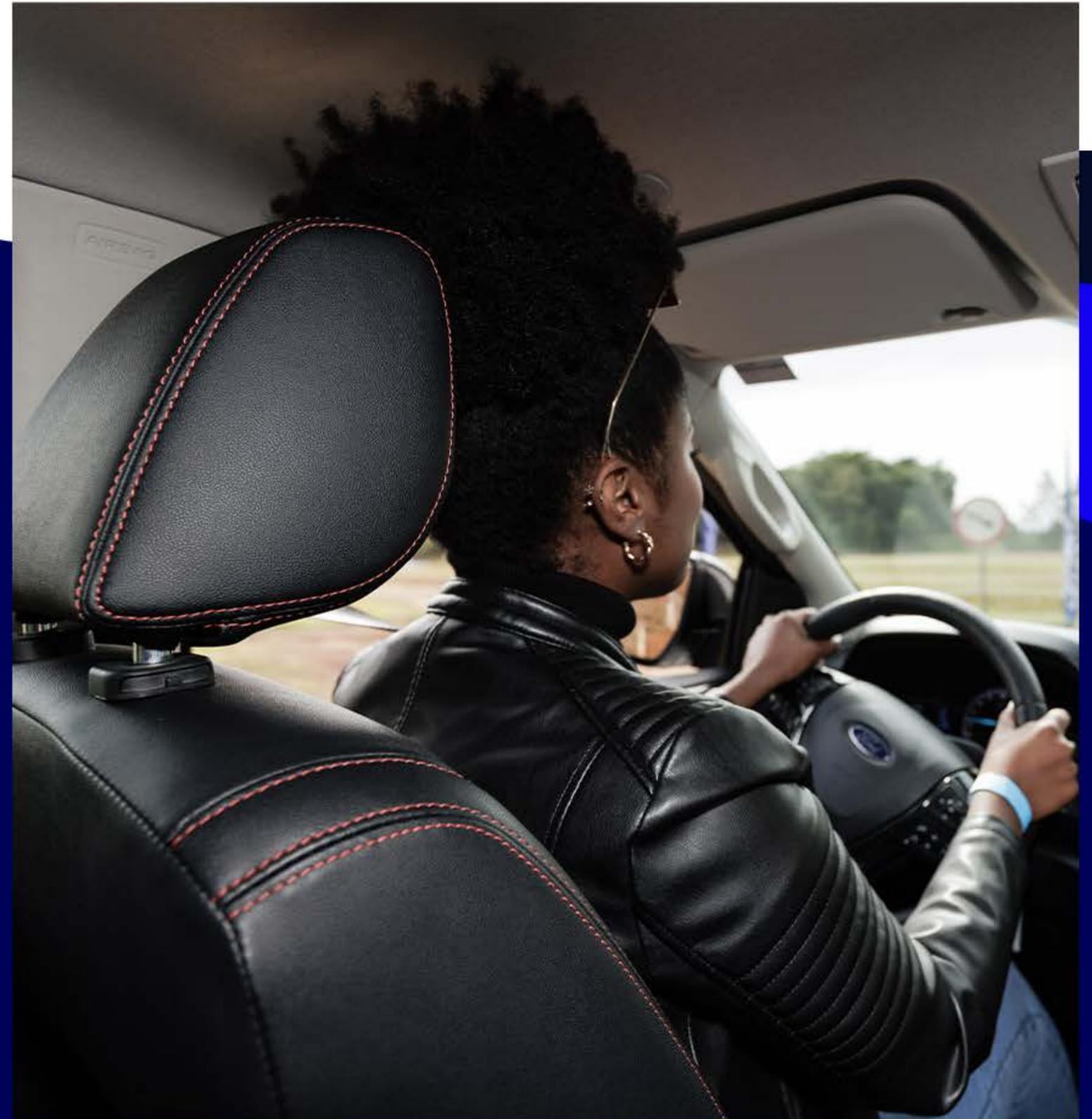
Yanna Lavigne



# Execução

# Execução

O primeiro passo foi a reformulação no programa de empréstimos, disponibilizamos mais veículos durante o ano, com possibilidade de períodos mais longos, focando em jornalistas e influenciadores que realmente elevassem o nível da nossa comunicação e ultrapassassem as barreiras do setor automotivo.



# Execução

Além disso, estivemos atentos às oportunidades que surgiam, como aniversários, efemérides e datas que permitiam o que chamamos de “empréstimos temáticos”, como o Dia Internacional das Mulheres, que teve a participação da Kall Medrado e o Dia dos Pais, que contou com Felipe Andreolli e Jarbas Homem de Mello.

**Durante todo o ano, mais de 100 empréstimos foram realizados.**



# Execução

Realizamos também diversos eventos, que contavam com a presença da mídia especializada no setor automotivo, mas que também atraíam jornalistas de tech e lifestyle.

Para amplificar ainda mais a estratégia, garantimos a presença dos nossos porta-vozes em oportunidades externas, como os eventos Digitalks, RH Talks e a série de lives da Clientes S/A. Realizamos também branded contents com diferentes veículos, como Canaltech, Exame, Rádíoweb, youtubers e revistas de luxo.

Um outro ponto importante foram as press-trips, além dos encontros de relacionamento com o vice-presidente da Ford.



**Em uma estratégia de comunicação 360º,  
comprovamos a nossa capacidade técnica  
e estratégica com resultados incríveis!**

# Resultados

# Resultados

De 2022 para 2023, o número de empréstimos para jornalistas e influenciadores no segmento de tecnologia triplicou, passando de 7 para 23, com 40 vídeos produzidos para o Youtube e uma marca incrível de mais de 138 milhões de entusiastas alcançados.

Estivemos em vários canais relevantes:



Engenharia

360



# Resultados

No segmento de lifestyle, aumentamos em cerca de 30% o número de empréstimos, passando de 74 para 94, atingindo mais de 74 milhões



# Resultados

O destaque fica por conta da Harper's Bazaar, que fez uma matéria sobre o incrível Mach-E, e para a Revista Cláudia, que publicou uma matéria escrita pela diretora Helena Galante, cheia de memórias afetivas sobre a Ford após o empréstimo da Maverick.

Aparecer nestes veículos de forma orgânica, é, de fato, uma surpresa muito positiva!



# Resultados

Além disso, marcamos presença nas redes sociais de inúmeros influenciadores e celebridades:



Felipe Andreoli



Jarbas Homem  
de Mello



Adriane Galisteu



Gianne Albertoni



Kall Medrado

# Resultados

Com as matérias resultantes dos nossos eventos e press trips, os números foram ainda mais significativos:

Alcançamos uma audiência total de

**247** milhões  
de pessoas!



# Resultados

Este case foca nos resultados em lifestyle e tecnologia, mas vale lembrar das conquistas em outras editorias:

Entrevistas em veículos de negócios, como o Brazil Journal, Forbes e Época Negócios, além de um almejado espaço no Jornal Nacional, da Rede Globo, sobre o Ford <enter>, programa social que ensina programação para pessoas de baixa renda.



**Vale lembrar que este case todo foi construído de maneira orgânica!**

**Apenas através do estreitamento de relacionamento com pessoas relevantes e com potencial para alavancar as nossas estratégias.**

# Aprendizados

# Aprendizados

## 1

O planejamento minucioso das ações gera grandes resultados:

Compreender e analisar os cenários foi fundamental para definir as estratégias de aproximação com influenciadores e jornalistas de tecnologia e lifestyle. Sem um planejamento prévio, o sucesso não seria tão absoluto.

# Aprendizados

## 2

A solução pode estar mais próxima do que você imagina:

Aprimorar ferramentas já utilizadas pode ser a chave do sucesso. Uma reformulação, que surgiu a partir de um olhar diferenciado para o programa de empréstimos, uma iniciativa que já estava em andamento, foi fundamental para alavancar a nossa estratégia de comunicação.

E foi o que garantiu, por exemplo, uma das nossas maiores porta-vozes da campanha: Adriane Galisteu.

# Conclusão

# Conclusão

O resultado que um bom plano de PR pode alcançar:

Através deste trabalho, pudemos mudar a percepção de jornalistas e influenciadores que estiveram conosco. Gesiel Taveira, por exemplo, nunca havia falado sobre carros em seu canal do Youtube que conta com mais de 4 milhões de inscritos. Helena Galante, diretora da Cláudia, uma revista majoritariamente feminina, publicou um texto incrível sobre a Maverick, enquanto André Solitto, jornalista de gastronomia, percebeu que viagens de carro poderiam gerar boas matérias.



# Confira mais imagens do case:



## Ford avança com IA para se adiantar às demandas dos consumidores



Por Roberta Prescott\* ... 19/12/2022 ... Convergência Digital

**IA & Negócios** A indústria automotiva abraçou a inteligência artificial há algum tempo. Basta observar como os carros têm incorporados sensores e funcionalidades com assistentes tecnológicos que auxiliam o motorista. "A grande tecnologia disruptiva dentro da nossa indústria foi — e ainda é — a conectividade nos carros. E quando falo em conectividade, estou falando da conectividade

## The Shift #178 Carros elétricos e conectados



**ESTADÃO**  
**Ford contrata 500 engenheiros para centro de desenvolvimento na Bahia para exportar serviços**

**NEGÓCIOS**  
 Empresas

Anúncios Google  
 Não exibir mais este anúncio  
 Anúncio? Por quê?

### 'Pó de pirlimpimpim': como a Ford está apostando no grafeno para impactar o futuro dos carros

Montadora já tem aplicado a "mágica" do grafeno em mais de 5 milhões de veículos no mundo, com pequenas peças, mas espera mesmo é revolucionar a produção de baterias elétricas

Por Sorala Alves  
 05/09/2023 06h01 - Atualizado há 5 meses

Facebook Twitter WhatsApp



## CORRIDA PARA USO DE NOVOS MATERIAIS

Em parceria com centros de pesquisas, empresas investem pesado no desenvolvimento de aplicações do grafeno, nióbio e lítio

## Forbes

### Porteira aberta

O sucesso da Ram, claro, sacudiu a concorrência. Em fevereiro — 14 meses após as 100 primeiras unidades da Ram 1500 Rebel se esgotarem em 18 horas —, a Ford lançou no mercado nacional a F-150, simplesmente o veículo mais vendido do mercado norte-americano há 41 anos e líder do seu segmento por 46. Novamente, o poder agronegócio foi determinante para a importação de uma picape quase impraticável nas cidades.

Marcel Bueno, diretor de Marketing da Ford América do Sul, revela que a empresa não analisou apenas a indústria automotiva, mas também o desempenho do agronegócio na economia. De acordo com dados da Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) e do Centro de Estudos Avançados em Economia Aplicada (Cepea), o Produto Interno Bruto (PIB) do setor teve uma expansão recorde de 24,31% em 2020, ampliando para 26,6% sua participação no PIB total do país.

Não por acaso, a região Centro-Oeste — epicentro do agronegócio brasileiro — responde por 34% das vendas da maior picape da Ford. "E não é apenas o fazendeiro que compra a F-150, mas o dentista, o médico e o advogado daquela região", conta Bueno. O Sudeste (especialmente as cidades do interior) responde por 26% dos emplacamentos da bruta, seguido por Sul (22%), Norte (10%) e Nordeste (9%). O perfil do cliente, ainda de acordo com Bueno, é demarcado por homens com mais de 50 anos, empresários de classe alta e com mais de três carros na garagem.

**Leia mais:**

- Megane terá que driblar chineses para emplacar no Brasil
- Kicks rebola com versão temática enquanto nova geração não vem
- Peugeot turbina 208 para escalar ranking e alcançar Polo e HB20

Para atender esse cliente, a Ford solicitou à matriz uma mudança particular na F-150. "Geralmente as fazendas ficam a longas distâncias uma das outras. Por isso optamos pelo tanque de 136 litros, que entrega mais flexibilidade e tranquilidade ao consumidor, mesmo com um motor 5.0 V8 de 405 cv",



**veja** VEJA MERCADO RADAR RADAR ECONOMIA POLÍTICA SAÚDE MUNDO CULTURA ESPORTE AGENCIA VEJA

### De São Paulo a Itu: primeiras impressões sobre o novo Ford Territory

SUV médio foi testado em região para oferecer maior espaço interno e conforto ao dirigir, neste na estrada com a nova geração

Por Sorala Alves  
 12 de agosto de 2023 - Última atualização em 12 de agosto de 2023

**Com 272 cv de Potência**

Nova Rampage com 272 cv de Potência. A Picape Mais Rápida Fabricada no Brasil. Saiba mais

# Confira mais imagens do case:





**IDEAL**  
AXICOM