

Cenário:

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.

Solução:

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

Além disso, propusemos uma reformulação no programa de empréstimos, disponibilizando mais veículos durante o ano, com possibilidade de períodos mais longos, focando em pessoas que realmente ultrapassassem as barreiras do setor automotivo. Para isso, mapeamos oportunidades como aniversários, efemérides e datas que permitiam o que chamamos de “empréstimos temáticos”, como o Dia Internacional das Mulheres e Dia dos Pais.

Para amplificar ainda mais a estratégia, organizamos eventos e press-trips para mídia especializada e jornalistas de tecnologia e lifestyle, além de garantir a participação 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.

Resultados:

Sector Tech

+ 20 empréstimos
no ano

+ 40 vídeos publicados
no Youtube

+ 138MM
de pessoas alcançadas

Lifestyle

94
empréstimos

+ 74MM
de pessoas alcançadas

Eventos e presstrips

+ 247MM
de pessoas alcançadas

Veículos e influenciadores:

 Canaltech  JN Forbes  CLAUDIA BAZAAR  Engenharia |  360

