



Volkswagen do Brasil



Prêmio Jatobá 2024

Organização/Instituição Privada

Categoria: Experiência de marca



C A S E

Anúncio do novo ciclo de investimentos





Introdução

Presente na vida, no coração e na garagem dos brasileiros há 71 anos, a Volkswagen é a maior produtora de automóveis do Brasil, com mais de 25 milhões de veículos fabricados, e a maior exportadora da história do setor, com mais de 4,2 milhões de unidades embarcadas. Mais de 200 mil colaboradores ajudaram a construir essa história ao longo das sete décadas.

Aqui no País, a Volkswagen conta com quatro fábricas (sendo três de veículos e uma de motores) e o maior Centro de Distribuição de Peças da América Latina, além de 476 concessionárias abrangendo todos os Estados. Além disso, a Volkswagen é a marca que mais cresce em volume de vendas no Brasil em 2024, com acréscimo de 21,1% no 1º semestre em relação ao mesmo período de 2023.

A Volkswagen também é líder de vendas nos principais segmentos de mercado: entre os SUVs, com sua família SUVW, formada pelo Novo T-Cross, Nivus, Taos e Tiguan, sendo o Novo T-Cross o SUV mais comercializado do Brasil; além dos hatchs, com o Polo, que também é o carro de passeio mais vendido do País no acumulado do ano.

Em 2023, a Volkswagen também foi a marca que mais cresceu em volume de vendas no Brasil e líder entre os SUVs e hatchs, sendo o Polo também o carro de passeio mais vendido do País. Com destaque global, a Volkswagen do Brasil foi a 3ª maior filial da Marca VW no mundo em volume de vendas em 2023, com mais de 345 mil veículos entregues aos clientes; atrás apenas da China e Alemanha, e à frente de mercados importantes como Estados Unidos.





Há 71 anos contribuindo com a evolução da indústria e da economia brasileira, gerando empregos, renda e fomentando a inovação, a Volkswagen também é uma das protagonistas do novo ciclo de investimentos do setor automotivo brasileiro. Em fevereiro de 2024, a empresa anunciou R\$ 16 bilhões em investimentos até 2028.

Esse investimento robusto, que demonstra a confiança da Volkswagen no Brasil, inclui o lançamento de 16 novos veículos até 2028, com destaque para a estreia dos modelos híbridos, além de novidades em 100% elétricos e Total Flex. O aporte contempla o desenvolvimento e a produção de projetos inovadores e com foco em descarbonização para as 4 fábricas da Volkswagen em território nacional: são 4 novos veículos, dos quais uma pick-up, um novo motor ainda mais inovador e eficiente para veículos híbridos e uma nova plataforma (projeto MQB Hybrid) inovadora, tecnológica, flexível e sustentável.

Um dos maiores investimentos do setor automotivo brasileiro, naturalmente, teria de vir acompanhado de um anúncio à altura, com uma estratégia de comunicação disruptiva e impactante. Resolveu-se, então, que o evento se daria na presença do presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, durante sua visita à fábrica Anchieta.

No entanto, essa escolha acarretaria dois desafios: o primeiro, vincular diretamente a marca Volkswagen ao Governo, fazendo com que o protagonismo acabasse dividido. O segundo: em um País polarizado politicamente, acabar atraindo a ira de haters que não apoiam o governo atual, respingando de forma direta na imagem e resultados da empresa.

Dessa forma, a equipe de comunicação responsável pelo projeto dividiu o momento em três ondas: o anúncio de investimentos foi feito no dia 1º de fevereiro, em uma coletiva para 50 jornalistas de grandes veículos e imprensa especializada (o material ficaria embargado até a manhã seguinte). A coletiva posicionou o CEO da Volkswagen do Brasil, Ciro Possobom, como o protagonista do anúncio de investimentos e da nova ofensiva de produtos da empresa.





No dia 2 de fevereiro, as versões impressas dos jornais O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo e Valor Econômico trouxeram anúncio manifesto de página inteira revelando os investimentos de R\$ 16 bilhões da Volkswagen. Esse anúncio também foi repercutido nos perfis de LinkedIn da Volkswagen, executivos e colaboradores. No mesmo dia, aconteceu a visita de Lula; seu vice, Geraldo Alckmin, e demais ministros e autoridades à fábrica Anchieta, como forma de potencializar a divulgação do anúncio feito na véspera. O evento teve cobertura de jornalistas credenciados pelo Governo, envolvendo editorias de política, economia e automotivo. Um dos grandes momentos foi o desfile de Lula e Alckmin pela produção, rodeados por milhares de colaboradores, em um Volkswagen Virtus transformado em conversível especialmente para o evento. O sedã foi conduzido por Ciro Possobom, tendo ao seu lado Alexander Seitz, Chairman Executivo da Volkswagen América do Sul. O press release de investimentos, divulgado no dia 2, não citava a visita governamental, evitando posicionamento político.

A terceira onda teve início com a divulgação de um press release na segunda-feira (5 de fevereiro), trazendo detalhes técnicos e curiosidades do Virtus Cabrio, o carro-conceito feito pela Volkswagen do Brasil especialmente para a visita presidencial. O showcar teve adaptações de projeto, com reforços na carroceria, aumento do assoalho e modificações de sistemas eletrônicos. O conversível despertou grande interesse da imprensa especializada, que foi recebida para gravar conteúdo, durante vários dias, na Garagem VW, o acervo que receberá o carro.

A estratégia de comunicação inovadora e assertiva teve um resultado impressionante: com um ROI (Return on Investment) de 37 vezes, como poderá ser visto na seção de Resultados. O total em valor de PR foi de R\$ 183 milhões. Os conteúdos alcançaram 370 milhões de views, com 99% de tonalidade positiva.





Estratégia escolhida

Trabalho interno

Antes de chegar aos dias da coletiva de anúncio e da visita de Lula à fábrica, houve uma estratégia de envolvimento dos colaboradores com o evento.

Em 22 de janeiro, as lideranças da planta Anchieta leram um talking paper, informando os colaboradores sobre o anúncio de investimentos e a visita governamental. Nesse mesmo dia, foi também enviado um convite a todos os colaboradores da Anchieta para participar do evento na Ala 14, além de um Save the Date para os colaboradores das demais unidades da VW do Brasil acompanharem a transmissão do evento ao vivo.

No dia 31 de janeiro, houve um reforço do convite para o evento e para a transmissão, seguido de um lembrete no dia 1º de fevereiro ("É amanhã!") e outro no dia 2 de fevereiro ("É hoje!"), com informações sobre os investimentos anunciados. No dia 5 de fevereiro, foi divulgada a cobertura do evento com fotos e vídeo-memória.

Além disso, foram escolhidos colaboradores embaixadores, para garantir uma ampla divulgação, nos dias 1º e 2 de fevereiro, dos pacotes positivos sobre investimento e futuro, com peças de WhatsApp, Instagram e vídeo aos principais stakeholders (colaboradores, rede de concessionários, fornecedores e governo).





VEM AÍ

16 NOVOS MODELOS DA VOLKSWAGEN ATÉ 2028

Novos produtos
Total Flex, híbridos
e 100% elétricos

Projetos inéditos
para todas as fábricas

Mais desenvolvimento e
descarbonização
para o Brasil

#vwbr #voceconhece #voceconfia



16 BILHÕES DE INVESTIMENTOS NO BRASIL

• Maior investimento de uma montadora no período pós-pandemia

• Compromisso com o desenvolvimento do País

• 70 anos ajudando o Brasil a crescer

#vwbr #voceconhece #voceconfia



VEM AÍ

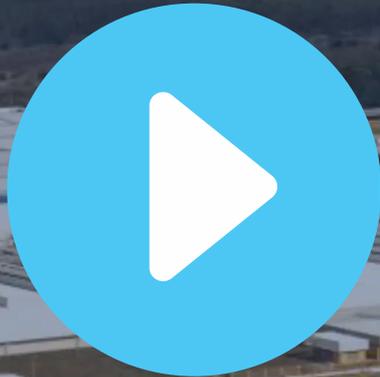
16 NOVOS MODELOS DA VOLKSWAGEN ATÉ 2028

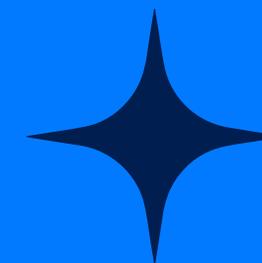
Novos produtos
Total Flex, híbridos
e 100% elétricos

Projetos inéditos
para todas as fábricas

Mais desenvolvimento e
descarbonização
para o Brasil

#vwbr #voceconhece #voceconfia





Até mesmo a composição das cadeiras em frente ao palco em que foi realizado o anúncio foi pensada para contemplar os colaboradores. Foram escolhidos 7 colaboradores de cada fábrica (Anchieta, Taubaté, Curitiba e São Carlos) e 12 de áreas corporativas, entre as quais Engenharia, Compras, Jurídico, RH, Vendas & Marketing e o Centro de Peças. Os critérios de seleção incluíram presenteísmo, participação em projetos de destaque, alto potencial e indicação alinhada com o Comitê Gerencial via RH. Além disso, 4 colaboradores do Finish e da Fábrica Piloto, responsáveis por produzir os modelos miniatura entregues às autoridades, também foram contemplados. Entre outros convidados, estava uma costureira do Projeto Costurando o Futuro, da Fundação Grupo Volkswagen.

Os colaboradores presentes na ação - tanto durante o anúncio, quanto durante o desfile de Lula - ficaram extremamente felizes. Enquanto o presidente circulava pela fábrica, era possível ver um "mar de gente" o aplaudindo e fotografando.

Afinal, independentemente de qualquer ideologia política, não se pode esquecer do passado operário de Lula como metalúrgico e sindicalista na região do Grande ABC e a instantânea conexão e identificação que isso gera com os colaboradores.





Cronologia e execução do evento

A Volkswagen iniciou a série de ações de comunicação com um almoço entre o CEO da Volkswagen do Brasil, Ciro Possobom, e jornalistas da Folha de S. Paulo, Valor Econômico e O Estado de S. Paulo para adiantar a pauta sobre os investimentos, com embargo até 2 de fevereiro, garantindo a divulgação de matérias robustas nos principais jornais impressos do País e em suas plataformas digitais.

Na quinta-feira (1º de fevereiro), 50 jornalistas foram informados em coletiva sobre os investimentos, com embargo também até sexta-feira (2/2), às 8h.







Além disso, foram publicados anúncios de página inteira na forma de manifesto nos jornais Folha de S.Paulo, Estadão e Valor Econômico na manhã de 2/2.

O anúncio também foi divulgado nos perfis de LinkedIn da Volkswagen do Brasil, executivos e colaboradores.

Paz no trânsito começa por você.

Só se investe R\$ 16 bilhões em quem **você conhece e você confia**

mundial, vem aí uma série de novos produtos inovadores e sustentáveis, uma gama completa com modelos total flex, híbridos e 100% elétricos, como os recém-lançados ID.4 e ID. Buzz.

A Volkswagen comemorou 70 anos de Brasil olhando para os próximos 70 anos no Brasil. Foi a montadora que mais cresceu em vendas no ano passado.

O Polo fechou o ano na liderança entre os carros de passeio. Também foi da Volkswagen o primeiro lugar no segmento dos SUVs, o predileto do brasileiro, com o T-Cross.

Por falar em SUV, é da Volkswagen a preferência do consumidor no segmento com maior volume de vendas do mercado.

Resultados que nos animam a olhar para frente e acelerar ainda mais.

Olhando para os próximos anos e para o compromisso Way To Zero da Volkswagen

Olhando para os próximos 70 anos, a Volkswagen está mais do que dobrando os seus investimentos no Brasil para R\$ 16 bilhões até 2028, o maior aporte de uma montadora no País no período.

A Volkswagen já produziu mais de 25 milhões de carros no Brasil. O carro nacional mais vendido em todos os tempos é o Volkswagen Gol, líder de mercado por 27 anos.

Somos a empresa automotiva que mais cresce, investe e acredita no Brasil porque conhecemos o brasileiro como ninguém.

Uma marca que há 70 anos você conhece, você confia.



FOLHA DE S.PAULO

★ ★ ★ UM JORNAL A SERVIÇO DO BRASIL

ESTADÃO



Valor

ECONÔMICO





Na sexta-feira (2/2), dia da visita do presidente Lula, os investimentos da Volkswagen já dominavam o noticiário logo cedo, antes mesmo de o evento começar. À tarde, a visita de Lula gerou uma segunda onda de notícias. O sucesso do carro em que o presidente desfilou, o Virtus conversível, criou uma terceira onda de notícias, com fotos e vídeos divulgados a partir da segunda-feira, dia 5, inclusive com conteúdos gravados com o carro posteriormente.

Tudo foi executado impecavelmente, com resultados exponenciais na mídia: a imprensa apreciou ser informada antes do evento com o Governo, ao contrário das outras montadoras, pois teve tempo para preparar matérias estruturadas.

A Volkswagen destacou-se ao antecipar as informações para a imprensa, permitindo uma cobertura positiva em duas etapas. O carro virou destaque, gerando conteúdo adicional.

Foi possível, ainda, "recriar" o momento em que Lula, presidente em primeiro mandato, e Alckmin, então governador de São Paulo, desfilaram na mesma fábrica da Volkswagen em um Polo, no ano de 2003, também transformado em conversível exclusivamente para a ocasião. Esse fato foi destacado pela imprensa e por Alckmin em suas redes sociais.





geraldoalckmin_ • Seguir

Volkswagen do Brasil (Fábrica São Bernardo do Cam



18.136 curtidas



lulaoficial • Seguir

Sao Bernardo Campo



183.183 curtidas





A estratégia robusta de comunicação resultou na melhor repercussão midiática de um anúncio de investimentos em 2024, mesmo com o total de R\$ 130 bilhões anunciados por todas as montadoras.

O anúncio da Volkswagen teve a melhor recepção na mídia devido à estratégia em três ondas, distinta das demais. Com ROI (Return on Investment) impressionante de 37 vezes, o alcance de mídia gerou valor de PR de R\$ 183 milhões.

Os conteúdos alcançaram 370 milhões de views, com 99% de tonalidade positiva.



370m

Views



R\$ 183m

Valoração



99%

Tonalidade positiva





Período do projeto

As ações principais foram desenvolvidas entre janeiro e fevereiro de 2024.





Orçamento



O investimento nas ações e no evento foi na ordem de R\$ 5 milhões.

Equipe à frente do projeto:

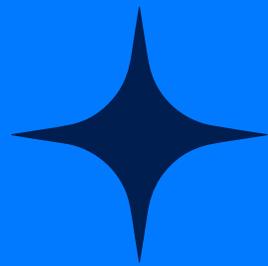
Time de Comunicação da Volkswagen do Brasil.





Evidências de resultados

Os resultados foram robustos e superaram as expectativas iniciais. Conforme comprova o relatório da consultoria Cision Insights PRIME Research, abrangendo o período de 2 a 18/2, esse case de comunicação alcançou o maior ROI (Return on Investments) de todos os eventos corporativos da empresa: 37 vezes.



Podemos dividi-los conforme as três ondas de comunicação realizadas:





Primeira onda - Coletiva de imprensa para 50 jornalistas (sem ligação com o Governo)

972

Artigos publicados

154,9m

Impressões em redes sociais

99%

de tom positivo

103m

Valor em PR





Segunda onda - Visita do presidente Lula à fábrica Anchieta

474

Artigos publicados

90,1m

Impressões em redes sociais

99%

de tom positivo

68m

Valor em PR





Terceira onda - Release sobre o Virtus conversível em que Lula andou na visita

182

Artigos publicados

41,3m

Impressões em redes sociais

99%

de tom positivo

12m

Valor em PR





Resultados totais

183m

Valor em PR

37x

ROI (Return on Investments)

370m

Impressões em redes sociais

99%

de tom positivo



Carros Lançamentos e mercado

Volks anuncia investimento de R\$ 16 bi e 16 lançamentos no Brasil até 2028

Daniel Neves Do UOL, em São Paulo 01/02/2024 22h10



Imagem: Divulgação

A Volkswagen anunciou hoje uma extensão do seu ciclo de investimentos no mercado brasileiro para os próximos anos. A marca alemã gastará ao todo R\$ 16 bilhões até 2028, com aportes voltados para suas quatro fábricas no país.

A marca já havia anunciado anteriormente o aporte atual de R\$ 7 bilhões entre 2022 e 2026. A esse valor, soma-se um novo investimento de 9 bilhões até 2028.



Investimentos de montadoras no Brasil já somam R\$ 41,4 bilhões para a década

Eletrificação e ambiente econômico favorável aceleram divulgação de novos programas

Por Marli Olmos — São Paulo

02/02/2024 05h00 · Atualizado há 4 meses



A indústria automobilística costuma manter um bom ritmo de investimentos no país. Mas, nos últimos meses têm chamado a atenção a frequência de novos e robustos programas.

Alemanha e Espanha se opõem à França sobre Mercosul

Os primeiros ministros Pedro Sánchez (Espanha) e Olaf Scholz (Alemanha) defenderam ontem o acordo livre comércio entre a União Europeia e o Mercosul. A França, por sua vez, incluiu a oposição ao tratado no pacote de medidas anunciadas para apoiar produtores agrícolas, que se espalham para outros países.

Valores dos acordos R\$ 3,8 bilhões

É o que está pendente de pagamento, segundo a antiga Odebrecht, no acordo de leniência da Lava Jato.

R\$ 10,3 bilhões

É a multa aplicada à holding J&F, proprietária da J&F, também no âmbito da Lava Jato, suspensa por culpa de Toffoli em 26 de dezembro.

Toffoli suspende multas da Odebrecht na Lava Jato

Empresa questiona atuação de procuradores que resultou em acordo de leniência

O ministro Dias Toffoli, do Supremo Tribunal Federal, suspendeu o pagamento de multas de acordo de leniência firmado entre a Odebrecht e o Ministério Público Federal. A construtora questiona a conduta dos procuradores.



Moras, Barroso, Pacheco e Lula fazem retirada simbólica de grades no STF, que haviam sido colocadas após os ataques de 8 de janeiro

Lewandowski toma posse e promete foco na segurança ao assumir o Ministério da Justiça, Ricardo Lewandowski disse que vai se concentrar na segurança pública e no combate ao crime organizado e desafiou. Segundo ele, as organizações criminosas não são a prioridade.

Lula, Barroso e Pacheco enchem harmonia pós 8/1 O presidente Lula (PT) e os chefes do Congresso, Rodrigo Pacheco (PSD) e o do STF, Luis Roberto Barroso, demonstraram simpatia na abertura do ano judicial com diálogo e convivência pacífica entre os Poderes e ao clima de normalidade democrática.

“Não preciso gastar muito tempo nem energia falando de democracia porque as instituições funcionam”

Ilustrada C1 Decoração carregada passa de brejeira a tendência nas casas e nas redes sociais

Esporte B7 Sem vencer desde 2021, Hamilton trocará Mercedes pela Ferrari em 2025

Guia C10 Pré-Carnaval tem mix de ritmos, bandas infantis e megafônicos em SP



Acesse o buscador de blocos em SP, Rio e Belo Horizonte



O artista plástico Renato Dib em seu apartamento em SP

Arrecadação com super-ricos é surpresa positiva, diz Tesouro

O secretário do Tesouro, Roberto Cerezo, disse à Folha que o ritmo de arrecadação de impostos em janeiro é o previsto para cumprir a meta deficitária de 2024, se o ritmo for mantido. Para ele, não há motivo, hoje, para discutir mudanças da meta fiscal.

CMN endurece as regras para títulos imobiliários e do agro

MÔNICA BERGAMO Juiz diz que DIU afronta cristãos e rejeita liminar contra hospital

EDITORIAIS A2

Incôgnitas de 2024 Sobre quais dos juros e desaceleração econômica.

Educação a sério Acerca de bandeiras ideológicas em conferência.

Volkswagen amplia investimento no Brasil para R\$ 16 bi

A montadora confirmará hoje um aumento de R\$ 9 bilhões em investimentos no Brasil até 2028, elevando o total para R\$ 16 bilhões, informou o chefe de Relações Institucionais da Volkswagen no Brasil, Marco Cepik, em entrevista exclusiva.





Setor automotivo Investimentos no Brasil

VW anuncia aporte extra de R\$ 9 bi e mira modelos híbridos

— Com novos recursos, plano da empresa até 2028 chega a R\$ 16 bilhões e contempla 16 lançamentos

CLEIDE SILVA

A Volkswagen do Brasil vai adicionar R\$ 9 bilhões ao seu plano atual de investimentos, que era de R\$ 7 bilhões para o período de 2022 a 2026, e entrar na rota da eletrificação de seus veículos no País. O grupo anunciou na noite de ontem que vai produzir dois carros híbridos flex e uma nova picape em segmento onde ainda não atua. Os projetos serão desenvolvidos no País.

Assim, o plano de investimentos da montadora alemã passa a ser agora de R\$ 16 bilhões e foi estendido até 2028. E inclui ainda 16 lançamentos a partir deste ano, entre quatro modelos inéditos, atualizações de carros atuais e importados (entre os quais, modelos elétricos). O montante inclui também a modernização das quatro fábricas do grupo que vão receber os novos projetos.

Falta escala
Por ora, montadora não tem planos de produzir um modelo 100% elétrico no País

rá dois novos produtos. Embora o executivo não confirme, serão dois híbridos, segundo o Sindicato dos Metalúrgicos do ABC. Na tarde de hoje, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva e mais oito ministros participaram de evento na fábrica da montadora no ABC paulista em que o novo programa de investimentos será oficializado.

HÍBRIDOS. Segundo Possobom, a Volkswagen desenvolverá uma nova plataforma de veículos, chamada de MQBHy-

bríd, que comportará modelos híbridos flex nas variadas opções (leve, médio e plug-in, por exemplo). “Poderemos usar a plataforma para qualquer tipo de hibridização, mas (a produção) vai depender da estratégia da companhia e de análises do mercado.”

Carros elétricos, porém, não estão nos planos da montadora. “Ainda são muito caros e não temos infraestrutura suficiente para abastecimento”, justifica o presidente da Volkswagen. Em sua opinião, modelos a bateria atual-



Fábrica de São Bernardo do Campo receberá dois novos produtos

mente são indicados para quem pode ter pelo menos dois carros – o elétrico, para uso urbano (por causa dos carregadores), e o outro, a combustão ou híbrido, para viagens mais longas.

Ele explicou que a produção local de um carro só se justifica para volumes de 60 mil a 100 mil unidades por ano – os carros elétricos, hoje, representam apenas 0,9% das vendas no mercado brasileiro, e os híbridos, 3,4%.

Países da Europa e os Estados Unidos enfrentam, atual-

mente, queda nas vendas de elétricos por causa da redução de incentivos para a compra, falta de infraestrutura de recarga e desvalorização dos modelos usados.

Segundo Possobom, o novo plano de investimentos não terá aporte da matriz alemã, mas a subsidiária brasileira buscará empréstimos locais, inclusive no Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). “Há outros projetos que poderiam estar nesse pacote, mas decidimos esperar”, diz Possobom. ●

Home > Brasil

Ao lado de Lula, CEO da Volkswagen no Brasil anuncia R\$ 16 bi em investimentos

Ciro Possobom anunciou que a empresa investirá o dinheiro também para lançar 16 novos carros no mercado até 2028



O executivo agradeceu a ação do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e também

Principal > Volkswagen > Notícias

Volkswagen investirá mais R\$ 9 bilhões e anuncia 16 lançamentos até 2028

Serão 4 modelos inéditos, o que inclui a nova picape Tarok e um novo SUV compacto, um novo motor e nova plataforma para híbridos



2 Fevereiro 2024 em 04:00

163



Por: **Fábio Trindade**



A Volkswagen vai investir mais R\$ 9 bilhões em suas operações no Brasil até 2028. O anúncio foi feita nesta quinta-feira (1º) por **Ciro**

Volkswagen anuncia investimento de R\$ 16 bilhões em suas quatro fábricas no Brasil até 2028

Montadora informou que novo aporte de R\$ 9 bilhões se junta aos R\$ 7 bi anunciados em 2020; todas as fábricas terão investimento

Por **Lucas Tavares**, g1 Vale do Paraíba e Região

01/02/2024 23h18 · Atualizado há 6 meses



Ver resumo





Jorge Moraes

Sobre o autor >

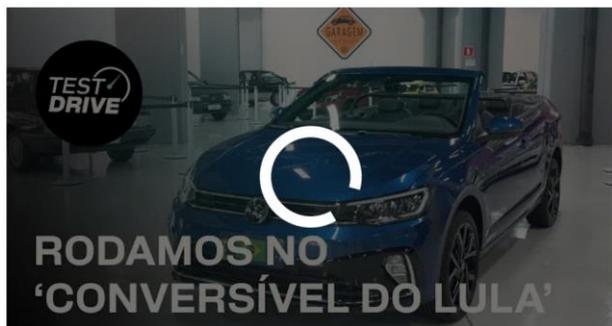
Só para assinantes Assine UOL

Reportagem • Carros

Dia de presidente: passeamos no conversível usado por Lula na Volks

Jorge Moraes • Colunista do UOL

09/02/2024 14h00



Como a Volkswagen criou um Virtus conversível para Lula desfilarm

Sedã foi o quinto carro do tipo feito para uma visita presidencial a uma fábrica da marca

Por Fernando Pedrosa

05/02/2024 10h41 - Atualizado há 5 meses



Revista em casa por apenas R\$ 9,90/mês

VW cria Virtus conversível para Lula repetir foto de 1959 com JK e Fusca

Este é o terceiro carro conversível criado para Lula e Alckmin circularem pela fábrica da Anchieta, em tradição criada na inauguração da fábrica em 1959

Por Henrique Rodriguez

Atualizado em 5 fev 2024, 13h35 - Publicado em 2 fev 2024, 17h51





Considerações finais





O segmento automotivo representa 20% do PIB industrial brasileiro. Atualmente, há 50 marcas de automóveis no Brasil, cujas fábricas possuem uma capacidade produtiva de 4,2 milhões de automóveis e comerciais leves, com uma produção anual de 2,3 milhões de carros.

As montadoras empregam diretamente 100 mil pessoas, gerando aproximadamente 1 milhão de empregos indiretos.

Com investimentos que já alcançam R\$ 130 bilhões em todo o setor produtivo, o maior ciclo da história da indústria automotiva brasileira, é crucial ser protagonista nesse cenário, destacando a visibilidade da marca Volkswagen na imprensa e nas redes sociais.

E este objetivo foi cumprido de forma magistral. Afinal de contas, diversas montadoras anunciaram seus investimentos para os próximos anos. No entanto, apenas a Volkswagen conseguiu um retorno tão significativo em visibilidade de marca ao apostar nas três ondas distintas de comunicação, realizando uma ação, ao mesmo tempo, conjunta, e, de certa forma, apartada do Governo.

Apesar de inevitavelmente político, o anúncio de investimentos acabou pairando acima das paixões de lado a lado, com a marca não só permanecendo imune a quaisquer ataques de haters (a estrutura de resposta montada para responder rapidamente a possíveis ataques não precisou ser acionada), como se fortalecendo ainda mais de forma institucional.

Essa ação se concretizou de maneira extremamente impactante, tanto em comunicação externa, quanto interna, comprovando que a marca conseguiu lidar habilmente com o anúncio, potencializando ao máximo o seu espaço nas mais diversas mídias.





Obrigado

