



# ROYAL ENFIELD

Experiências Reais por pessoas reais

*Como a estratégia de gestão de redes sociais e de comunidades online ajudou a Royal Enfield a gerar engajamento e apoiar o crescimento do maior grupo online de fãs da marca.*

**GRUPO CDI**  
Comunicação e Marketing

## DESAFIO

- Gerar engajamento nos canais digitais da Royal Enfield e em comunidades online relacionadas à marca;
- Manter em alta o interesse e a curiosidade do consumidor sobre a marca, que havia chegado poucos meses antes no Brasil;
- Reforçar a imagem da Royal Enfield como uma empresa que proporciona experiências únicas e inesquecíveis;

## ESTRATÉGIA

- Criação de um programa de conteúdo e engajamento, baseado em experiências reais com as motocicletas da marca, com duas frentes de atuação integrada: os canais digitais próprios da Royal Enfield (Facebook e Instagram) e comunidades online de entusiastas da marcas;
- Criação de experiência para clientes e admiradores da marca com foco na geração de conteúdo e engajamento, e amplificação dos conteúdos postados por usuários;
- Estreitar o relacionamento e consolidar a atuação de advogado da marca, por meio de experiência e conteúdo exclusivo.

## CONTEXTO

- A Royal Enfield é a marca de motocicletas mais antiga do mundo em produção contínua – fez seu primeiro modelo em 1901;
- É uma divisão da Eicher Motors Ltd. e criou o segmento de motocicletas de média cilindrada na Índia, com as suas exclusivas e distintivas máquinas modernas de visual clássico;
- Além da Índia - maior mercado da marca, com mais de 700 concessionárias -, a marca está presente em mais de 50 países com lojas da marca em cidades-chave como Milwaukee, Londres, Paris, Madri, Barcelona, Melbourne, São Paulo, Bogotá, Medellín, Dubai, Bangkok, Jacarta, Manila, Ho Chi Minh e agora Buenos Aires.
- A Royal Enfield instalou sua subsidiária no Brasil, lançou a marca e inaugurou sua primeira concessionária no país em abril de 2017.

## CONTEXTO

- Responsável pelo trabalho de Relações com a Mídia para a Royal Enfield desde a abertura de sua subsidiária no Brasil, a CDI também passou a cuidar, em julho de 2017, da estratégia e operação de Community Management– produção de conteúdo e gestão de engajamento nos canais de redes sociais da Royal Enfield e comunidades online;
- Desde o início desse trabalho com as redes sociais, foi identificado o potencial de engajamento em torno da marca, sua história e a cultura do motociclismo – por conta das interações orgânicas nos canais e dos conteúdos e conversações de entusiastas que foram sendo observados;
- Após o mapeamento dessas conversações, aproximação dos entusiastas e a realização de experiências piloto, que serviram para embasar o planejamento, foi implantado em outubro do ano passado o programa de conteúdo e engajamento baseado em experiências reais de clientes e fãs, contemplando canais digitais próprios da Royal Enfield (Facebook e Instagram) e comunidades online de entusiastas da marca.

## AÇÕES

- Identificação e análise/validação dos principais grupos online e entusiastas da marca;
- Implementação do programa de conteúdo e engajamento nas redes sociais com base em experiências do usuário, tendo como marco o convite para o entusiasta, Guilherme de Freitas participar do Royal Enfield Rider Mania (maior evento global destinado a proprietários de motocicletas da marca, que reuniu mais de 6.000 pessoas em 2017), considerando influência entre os consumidores, produção de conteúdos independentes relacionados à marca e ao fato de ser também proprietário de um modelo RE.



Queridos amigos e amigas. Só agora tenho certeza que isso vai mesmo acontecer. Então agora posso confirmar... Estou fazendo o caminho inverso das nossas Royal, indo daqui a pouco para a Índia. Recebi um convite para participar do evento Royal Enfield Rider Mania, o maior encontro de proprietários no mundo... Só podia ser lá 😊. De certa forma me sinto representando todos os brasileiros que passaram a gostar, admirar, amar o mundo Royal Enfield. Vou procurar representar bem lá, a paixão de muitos: a minha paixão. Torçam por mim!! Estamos juntos! Preparem suas perguntas porque vou coletar muita informação na fonte!!!

## AÇÕES

- Criação de publicações frequentes (imagens e vídeos) para os canais da Royal Enfield destacando experiências clientes, como rides/passeios e conteúdos publicados pelos clientes e entusiastas da marca e comunidades online;
- Abertura para conteúdo colaborativo enviado por clientes e entusiastas usuários de redes sociais.



## RESULTADOS

**25 vídeos** sobre a experiência do entusiasta no evento Rider Mania e rides na região de Goa, Índia, somando **+33 mil visualizações**.

**40% de crescimento** do Grupo de fãs **“Fanpage Royal Enfield Brasil”** no Facebook, chegando a **4.600 membros**.

**20% de crescimento** médio no número de fãs / seguidores das redes sociais da Royal Enfield.

**53% de crescimento** na média de **interações orgânicas nas redes sociais da Royal Enfield** no último trimestre de 2017.

Crescimento 1 de outubro de 2017 – 31 de agosto de 2018 ▾

[Detalhes do download](#)

Número total de membros

Out 1, 2017 – Ago 31, 2018

4,7 mil Membros



**4.672**  
Número total de membros  
**+40%**



Royal Enfield na Índia - Um posto de serviço com muita...

769 views • 9 months ago



Royal Enfield Himalayan A altura da moto é boa?

2K views • 9 months ago



O painel da Royal Enfield Himalayan

1.4K views • 9 months ago



Royal Enfield Himalayan de Mumbai até Goa, Índia - Par...

2.1K views • 9 months ago



A Royal Enfield Himalayan num trânsito sinistro! Como...

726 views • 9 months ago



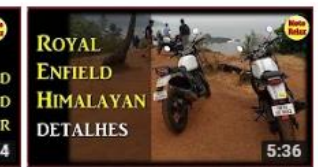
Uma Royal Enfield Bullet 2008 e seu exótico...

1.7K views • 9 months ago



Royal Enfield Thunderbird 350 ou ... Rumbler 350 na...

1K views • 10 months ago



Royal Enfield Himalayan - Detalhes da moto

3.8K views • 10 months ago

## RESULTADOS

Influência em vendas para clientes de outros estados que compraram a moto sem ver, com base nos conteúdos digitais, vídeos e nas conversações das redes sociais e comunidade de fãs no Facebook.



Bruno Pacheco Guto Correa e Adilson Carvalho vocês compram sem fazer um test drive, ou vocês chegaram ir lá ?

Curtir · Responder · 22 sem



Thys Fernando 🛡️ Eu comprei sem fazer o ride. Já sabia exatamente o que me esperava, graças aos videos do Guilherme de Freitas e as informações do Flavio Bressan, que rodou a Amazonia com ela.

Curtir · Responder · 22 sem · Editado



Guto Correa Meu teste Ride foi vendo YouTube da RE ,pilotei pela primeira vez no meu condomínio,rss. Muito mais legal!

Curtir · Responder · 22 sem

...

**GRUPO CDI**

Comunicação e Marketing