



F-150 Lightning niczym błyskawica może zabłysnąć wszędzie, dzięki nowej, rozszerzonej rzeczywistości 3D w specjalnym doświadczeniu Forda i Google

- Mając ponad 160 000 rezerwacji na model F-150 Lightning, Ford we współpracy z Google wykorzystał technologię rozszerzonej rzeczywistości, aby jeszcze bardziej przybliżyć ten model klientom.
- Animacje 3D mają na celu zapoznanie klientów z kluczowymi elementami całkowicie elektrycznego pickupa – od jego innowacyjnego przedniego bagażnika, po optymalizację zasięgu baterii.
- Większość rezerwacji pochodzi od osób, dla których będzie to pierwszy pojazd elektryczny, a co ważne, ponad połowa to zupełnie nowi klienci Forda.

WARSZAWA, 30 listopada 2021 roku – Choć F-150 Lightning™ to ciężarówka przyszłości, to już teraz wszyscy klienci, którzy ją zarezerwowali, jeszcze zanim wsiedą za jej kierownicę, mogą ożywić samochód w dowolnym, wybranym przez siebie miejscu. Wszystko dzięki doświadczeniu umiejscowionemu w wirtualnej rzeczywistości „F-150 Lightning: Strike Anywhere”, które pozwala bliżej poznać wszystkie zalety całkowicie elektrycznego pickupa Forda.

W miarę jak rewolucja elektryczna nabiera tempa w całej branży, Ford stosuje proaktywne podejście do informowania klientów, którzy zakupią swoje pierwsze pojazdy z napędem elektrycznym. Niedawne badanie przeprowadzone wśród osób, które zarezerwowały F-150 Lightning wskazuje, że prawie 80% z nich nigdy wcześniej nie posiadało pojazdu z napędem elektrycznym, a ponad połowa ankietowanych nie była wcześniej właścicielem żadnego samochodu marki Ford. Badania przeprowadzone przez Google i Ipsos pokazują natomiast, że 58% klientów, planujących zakup nowego pojazdu w ciągu najbliższych sześciu miesięcy, rozważa zakup albo leasing pojazdu hybrydowego albo w pełni elektrycznego¹, a 83% spędza do trzech miesięcy na szukaniu informacji przed zakupem. Kampania „F-150 Lightning™: Strike Anywhere” oferuje tym żądnym wiedzy klientom niesamowite doświadczenie oraz ogrom wiedzy na temat nowego modelu.

- Istnieje ogromna ilość spekulacji dotyczących tego, co potrafią pojazdy elektryczne — powiedziała Suzy Deering, dyrektor ds. marketingu Ford Motor Company. - W Fordzie chcemy pokazać na co je stać, a nie tylko o tym opowiadać. Jesteśmy przekonani, że edukowanie klientów o pełnym potencjale i możliwościach pojazdów elektrycznych, pomoże im przesiąść się z samochodów z napędem tradycyjnym do w pełni elektrycznych. Prawie 80% osób, które zarezerwowały naszego F-150 Lightning™ nigdy wcześniej nie posiadało w pełni elektrycznego pojazdu, dlatego stworzyliśmy tę kampanię, aby mogli zrozumieć jego fenomen i czuć się pewnie w swoim samochodzie, a jednocześnie by mogli czuć ekscytację faktem dołączenia do elektrycznej rewolucji razem z nami.

Doświadcz F-150 Lightning

„F-150 Lightning™: Strike Anywhere” – to doświadczenie trójwymiarowej i rozszerzonej rzeczywistości, które pozwala użytkownikom oglądać i poznawać samochód w dowolnym miejscu za pomocą smartfona. Trzynastce interaktywnych animacji informuje ich o kluczowych cechach, funkcjach i możliwościach F-150 Lightning, takich jak ogromny bagażnik z przodu, zasięg, możliwości skomunikowania czy holowania, ale także wygodne rozwiązania w zakresie ładowania samochodu w domu i poza nim.

Gdy użytkownicy zapoznają się z możliwościami F-150 Lightning, mogą zabawić się i skonfigurować pojazd, wybierając swój ulubiony pakiet kolorystyczny czy wykończenie wnętrza, a następnie za pomocą rozszerzonej rzeczywistości umieścić swój wymarzony model w dowolnej, wybranej przez siebie, lokalizacji – od domowego podjazdu po miejsce pracy.

Doświadczenie F-150 Lightning™: Strike Anywhere jest już dostępne na urządzeniach mobilnych z systemem Android i iOS w Stanach Zjednoczonych. Klienci mogą również skorzystać ze strony ford.com, a także platform społecznościowych, takich jak YouTube, Instagram, Snapchat i Reddit. Rzeczywistość rozszerzona jest obsługiwana przez Google Cloud.

- Jesteśmy dumni, że możemy współpracować z Fordem przy tym innowacyjnym doświadczeniu - powiedział Thomais Zaremba, dyrektor ds. przemysłu motoryzacyjnego, Google. - Ford kontynuuje spotkania z klientami tam, gdzie się obecnie znajdują – a to coraz częściej ma miejsce w internecie. Ta kampania ożywia F-150 Lightning w nowy sposób i jest naturalnym poszerzeniem naszej szerokiej współpracy, która ma na celu wsparcie transformacji Forda i dostarczenie nowych doświadczeń klientom.

Auto elektryczne po raz pierwszy ale i Ford po raz pierwszy

Na F-150 Lightning złożono ponad 160 000 rezerwacji od klientów indywidualnych. Zeszłego lata Ford wysłał do nich ankietę, aby dowiedzieć się więcej o tym, kim są i czego chcą w całkowicie elektrycznym pickapie. Wyniki wskazują, że F-150 Lightning przyciąga tych, którzy wcześniej nie posiadali samochodów elektrycznych, ale także nowych klientów Forda:

- 79% twierdzi, że F-150 Lightning będzie pierwszym pojazdem na baterie w ich gospodarstwie domowym;
- ponad połowa – 56% – wyznała, że F-150 Lightning będzie ich pierwszym Fordem;
- jeśli chodzi o liczbę rezerwacji na stan, przewodzą Kalifornia, Teksas i Floryda.

- Amerykanie od lat darzą zaufaniem półciężarówki Forda, a teraz są przekonani, że F-150 będzie właściwym wyborem, decydując się na pierwszy w pełni zelektryfikowany pojazd – powiedział Darren Palmer, dyrektor generalny Forda ds. pojazdów elektrycznych. - Naszym zadaniem jest dalsze angażowanie klientów oraz odpowiadanie na pytania dotyczące tego, jak będzie wyglądało ich życie z tym samochodem – co, gwarantuję, nie przypomina niczego, czego kiedykolwiek doświadczyli.

Całkowicie elektryczny F-150 Lightning będzie dostępny od wiosny 2022 roku.

#

¹ Google/Ipsos, „US Dealer Study 2021”, marzec–kwiecień 2021, ankieta online, USA, n=325, osoby rozważające zakup nowego pojazdu w ciągu 6 miesięcy (tylko Amerykanie w wieku powyżej 18 lat).

#

O Ford Motor Company

Ford Motor Company z centralą w Dearborn w stanie Michigan w USA jest globalną marką oferującą samochody i usługi mobilne. Firma zatrudnia około 186 tys. pracowników w zakładach na całym świecie, zajmując się projektowaniem, produkcją, marketingiem, finansowaniem i serwisowaniem całej gamy pojazdów użytkowych, SUV-ów oraz samochodów osobowych - coraz częściej w wersjach zelektryfikowanych - marki Ford i luksusowej marki Lincoln. Rozszerzając swoją działalność, Ford umacnia pozycję lidera w dziedzinie elektryfikacji pojazdów, inwestuje w rozwój mobilności, systemy autonomicznej jazdy oraz usługi dla pojazdów skomunikowanych. Więcej informacji na temat Forda, produktów firmy oraz oddziału Ford Motor Credit Company na stronie corporate.ford.com.

Ford of Europe wytwarza, sprzedaje i serwisuje pojazdy marki Ford na 50 indywidualnych rynkach, zatrudniając około 45 tys. pracowników we własnych oddziałach i łącznie około 59 tys. osób, po uwzględnieniu spółek typu joint venture oraz działalności nieskonsolidowanej. Oprócz spółki Ford Motor Credit Company, usługi firmy Ford of Europe obejmują dział Ford Customer Service Division oraz 19 oddziałów produkcyjnych (12 spółek całkowicie zależnych lub skonsolidowanych typu joint venture oraz 7 nieskonsolidowanych typu joint venture). Pierwsze samochody marki Ford dotarły do Europy w 1903 roku – w tym samym roku powstała firma Ford Motor Company. Produkcja w Europie ruszyła w roku 1911.

Kontakt: Mariusz Jasiński
Ford Polska Sp. z o.o.
(22) 6086815
mjasinsk@ford.com