



Transformacja Forda to nie tylko nowe modele elektryczne i inwestycje w elektromobilność, to także nowa strategia komunikacji „Adventurous Spirit”.

- Ford przechodzi obecnie największą transformację w swojej prawie 120-letniej historii.
- Producent zmierza do jasno wyznaczonych celów: od 2026 roku Ford w Europie będzie oferował wyłącznie zelektryfikowane samochody osobowe, by od 2030 roku w tej gamie znajdowały się jedynie pojazdy całkowicie elektryczne.
- Te działania są wspierane przez nową strategię komunikacji marketingowej marki pod hasłem „Adventurous Spirit”.

Warszawa, 16 grudnia 2022 roku – Firma Ford jest w trakcie największej transformacji w swojej blisko 120-letniej historii. Działania skupione są nie tylko na zmianie napędów spalinowych na hybrydowe plug-in hybrid i w pełni elektryczne, ale także na reorientacji pozycjonowania marki oraz komunikacji z klientami. Hasłem przewodnim Forda w Europie od teraz będzie „Adventurous Spirit” (Duch Przygody), odzwierciedlające wolność i przygodę, a także emocje, które wzbudzają kultowe modele marki.

Ford jest popularną i odnoszącą sukcesy marką motoryzacyjną w Europie. Jego korzenie jednak wyraźnie sięgają Ameryki, co nie zawsze było wystarczająco podkreślane. Obecnie firma pozostaje największym amerykańskim producentem samochodów w Europie. Sama Ameryka zaś jednoznacznie kojarzy się z wolnością, buntem, byciem bezkompromisowym i w nieustannym ruchu, a stąd już niedaleko do Ducha Przygody.

- Premiera całkowicie elektrycznego Mustanga Mach-E pozwoliła nam na dogłębną refleksję, w jaki sposób markę postrzegają użytkownicy, z czym Ford im się kojarzy. Zrozumieliśmy, że zbyt długo komunikowaliśmy różny przekaz marketingowy do różnych grup klientów. A właśnie Mustang Mach-E jest idealnym odzwierciedleniem tego, w jaki sposób chcemy uczynić pojazdy elektryczne kultowymi, a także jak chcemy być postrzegani przez fanów marki – powiedział Peter Zilling, dyrektor marketingu Ford of Europe. – Premiera Mustanga Mach-E wyzwoliła całkowicie nową energię wokół kultowego Mustanga, który zdecydowanie kojarzy się z wolnością, rozwojem, świetnymi osiągnięciami i odrobiną buntu – dodał Zilling.

Hasło „Adventurous Spirit” nie pojawi się w bezpośredniej komunikacji marketingowej. Tu nadal pierwsze skrzypce będzie ogrywać optymistyczne i nakierowane na przyszłość motto: „Bring on Tomorrow”. Natomiast nowa maksyma będzie fundamentem filozofii marki we wszystkich jej

działaniach w Europie. Przy czym nie jest to „nowe” hasło, a jedynie sformalizowanie czegoś nieuchwytnego, co definiowało markę Ford na przestrzeni blisko 120-letniej historii.

W minionym roku Ford ogłosił reorganizację swojej struktury i wyodrębnił trzy globalne jednostki biznesowe. Ford Model e skupia swe działania wokół skomunikowanych samochodów elektrycznych, Ford Blue wokół kultowych samochodów spalinowych, zaś Ford Pro wokół pojazdów dostawczych i związanych z nimi usług.

- Wykorzystujemy elektryfikację, aby wyróżnić się na tle konkurencji dzięki nowej gamie innowacyjnych i skomunikowanych samochodów elektrycznych. Chcemy być niezawodnym partnerem dostarczającym dodatkowych pozytywnych doświadczeń, związanych z transformacją i użytkowaniem pojazdów BEV - zakończył Peter Zilling.

Do 2024 roku Ford w Europie planuje wprowadzić trzy nowe, całkowicie elektryczne samochody osobowe oraz cztery nowe, całkowicie elektryczne pojazdy użytkowe. Dwa samochody osobowe: średniej wielkości, pięciomiejscowy crossover i sportowy crossover – będą zjeżdżały z linii montażowej Kolońskiego Centrum Elektryfikacji odpowiednio od 2023 roku i od 2024 roku. Trzeci zaś model to elektryczna wersja Forda Pumi, który od 2024 roku będzie produkowany w fabryce w Krajowie (Rumunia). Gama całkowicie elektrycznych pojazdów użytkowych Forda zostanie poszerzona w 2023 roku o E-Transita Customa i E-Tourneo Customa, które będą produkowane w fabryce Otosan w Turcji. W kolejnym roku zadebiutują mniejsze w pełni elektryczne Transity Courier i Tourneo Courier, montowane w zakładzie w Krajowie.

#

O Ford Motor Company

Ford Motor Company (NYSE: F) z centralą w Dearborn w stanie Michigan w USA jest globalną marką, stawiającą sobie za cel pomoc w budowaniu lepszego świata, w którym każda osoba może swobodnie poruszać się i realizować swoje marzenia. Plan wzrostu i tworzenia wartości rynkowej firmy, Ford+, wykorzystuje wypracowane atuty, nowe możliwości i trwałe relacje z klientami dla podniesienia satysfakcji i pogłębienia lojalności tych klientów. Firma opracowuje i dostarcza innowacyjne, cieszące się niesłabnącym zainteresowaniem samochody ciężarowe, pojazdy sportowo-użytkowe, dostawcze i użytkowe marki Ford oraz luksusowe pojazdy marki Lincoln, a także usługi oparte na łączności sieciowej. Ponadto Ford umacnia swoją pozycję lidera w dziedzinie rozwiązań transportowych, w tym systemów autonomicznej jazdy, oraz świadczy usługi finansowe za pośrednictwem Ford Motor Credit Company. Ford zatrudnia około 182 tys. pracowników w zakładach na całym świecie. Więcej informacji na temat Forda, produktów firmy oraz oddziału Ford Credit na stronie corporate.ford.com.

Ford of Europe wytwarza, sprzedaje i serwisuje pojazdy marki Ford na 50 indywidualnych rynkach, zatrudniając około 41 tys. pracowników we własnych oddziałach oraz spółkach typu joint venture, łącznie około 55 tys. osób, po uwzględnieniu działalności nieskonsolidowanej. Oprócz spółki Ford Motor Credit Company, usługi firmy Ford of Europe obejmują dział Ford Customer Service Division oraz 14 oddziałów produkcyjnych (10 spółek całkowicie zależnych oraz 4 nieskonsolidowane 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

Więcej informacji prasowych, powiązanych materiałów oraz zdjęć i filmów w wysokiej rozdzielczości można znaleźć na stronie internetowej www.fordmedia.eu lub www.media.ford.com.
Śledź nas na: [www.twitter.com/FordEu](https://twitter.com/FordEu) lub www.youtube.com/fordofeurope

mjasinsk@ford.com

Więcej informacji prasowych, powiązanych materiałów oraz zdjęć i filmów w wysokiej rozdzielczości można znaleźć na stronie internetowej www.fordmedia.eu lub www.media.ford.com.
Śledź nas na: www.twitter.com/FordEu lub www.youtube.com/fordofeurope