ILCASOFORD

Ford, per il lancio della nuova Fiesta, sperimenta e massimizza i principi della Social Enterprise

Fonte immagine:

We test it..
..and if it works, we scale it right way

Giorgio Soffiato - http://marketingarena.it - info@marketingarena.it

Azienda: Ford

Il Caso

Gliela daremo del colore che vogliono, purché sia nero. Recitava più o meno così la famosa frase di Henry Ford all'apice della produzione Tayloristica. Poi venne la crisi, e con essa la necessità di passare in fretta da un approccio *Make and Sell* ad un più moderno *Sense and Respond*. Si tratta di un approccio che nel mondo dell'auto coinvolge un tema forte, quello della **prototipazione** (che già qualcuno ha trasformato in un bellissimo e-book in *pretotipazione*). Ford ha quindi deciso di coinvolgere un pubblico di early adopters (dimostrando di non aver dimenticato le basi del marketing) in un programma di accesso alla visione e modifica partecipata di prototipi delle auto del futuro, in particolare è il caso della nuova Fiesta.

L'idea di ottenere dei feedback significativi direttamente dagli utenti e clienti più fedeli o avanzati rappresenta un passo avanti rispetto alla classica procedura di testing e modifica che prima avveniva solo con i dipendenti o con panel di utenti molto piccoli. A detta del chief marketer di Ford, Jim Farley, questa scelta ha portato gli utenti stessi ad essere protagonisti del marketing con un tangibile 20% del budget di lancio spostato in attività di **pre-lancio** direttamente "scaricate" poi tramite idee e feedback sul prodotto. Prodotto co-creato e co-partecipato dagli utenti, che in molti casi diverranno anche futuri clienti dell'azienda.

Il caso di Ford ricorderà agli italiani la nota campagna per il lancio della nuova 500, ma anche Volvo in passato ha dimostrato forte sensibilità con il progetto "You Inside" che permette agli utenti tramite una Facebook App di segnalare all'azienda cosa vorrebbero vedere nelle auto di domani. Il mondo dell'auto si sta quindi "lentamente svegliando" candidandosi per la **prototipazione e la co-creazione** (due trend importanti nei social del futuro) ad essere quello che il turismo è nella comunicazione social, cioè il settore avanguardista e di riferimento?

Per approfondire

Socialbusinessnews.com - caso Ford http://goo.gl/TWTfP
Pretotipazione - un ebook interessante http://goo.gl/T7Opc
Volvo You Inside - se ne parla qui http://goo.gl/aAVfb