

# **REBRANDING**



**CARMEN SUÁREZ**

**MKT**

# Tablero inspiracional

Principalmente me he inspirado en el anuncio de Ford, Ford Raptor - The Good The Bad & The Bad. Es uno de los mejores anuncios que he visto este año de coches, sin embargo ha tenido muy poca repercusión en redes. Solo hay que ver los comentarios, la gente quiere ver más cosas así. Ford se arriesgó sacando un anuncio tan cañero, pero no creo que haya sido una apuesta perdida, simplemente le faltaron algunas piezas más de apoyo para reforzar esa idea.

Me he inspirado en muchas películas de acción y anuncios famosos de otras marcas que sigan ese estilo deportivo y de acción que Ford quiso lograr lanzando ese anuncio. Entiendo que lo que querían era darle otro aire a la marca, y eso es lo que yo voy a hacer.



# ¿Qué quiero hacer?

En primer lugar Ford es una marca accesible y básica de gama media. La empresa no ha cambiado su producción para adaptarse a un nuevo segmento de clientes, salvo en el caso de los coches eléctricos e híbridos. Por tanto su niño actual, está siendo cubierto de forma generalizada por todo el sector, con lo cual no se hace destacar del resto de competidores de la industria ni de su grupo estratégico.

Es por ello que quiero darle un cambio de imagen para hacer a Ford una marca más exclusiva y deportiva. Aunque la empresa ya se ha vinculado con varios eventos deportivos no ha logrado destacar su marca en excepción de los modelos que compiten en los rallys. ¿Cómo lo voy a conseguir? Me he inspirado en las sensaciones que produce el cine. Tras ver una película de acción ¿Quién no sale de la sala adquiriendo la personalidad del protagonista? No tiene porque ser siempre el prota el que más te guste, la clave es en convertirte en quien quieras ser. Quiero que los nuevos modelos de Ford transmitan esa sensación, que el montarse en el coche sea como introducirte en tu propia película donde puedes ser el más rápido, el más grande y el mejor. Esta marca ya tiene suficientes modelos simples y básicos accesibles para todo el mundo. Ha llegado el momento en el que cuando alguien quiera comprarse un coche para sentirse grande piense en Ford como una de sus posibilidades. Se acabó el ser clásicos, es momento de cambiar.



MISMO COCHE



DIFERENTE ESTILO



¿Qué quiero conseguir?



Este no es más que otro ejemplo de lo que decía anteriormente. Como un mismo coche puede llegar a transmitir sensaciones diferentes con apenas un simple cambio de imagen y de entorno. No deja de ser un Ford fiesta, pero no es lo mismo comprarse uno para ir a hacer recados a tenerlo y competir con él en el campeonato nacional de rally.

# Misión / Visión y valores

ANTES

MISIÓN

AHORA

"Mejorar continuamente nuestros productos y servicios a fin de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, lo que nos permite prosperar como negocio y proporcionar utilidades razonables a nuestros accionistas quienes son propietarios de nuestro negocio"

"Satisfacer los deseos de nuestros clientes innovando y mejorando la calidad de nuestros productos"

VISIÓN

"Ofrecer excelentes productos y servicios que se preocupen por hacer nuestro mundo un mejor lugar donde vivir"

"Ofrecer excelentes productos y servicios que te den la posibilidad de ser quien quieras ser"

VALORES

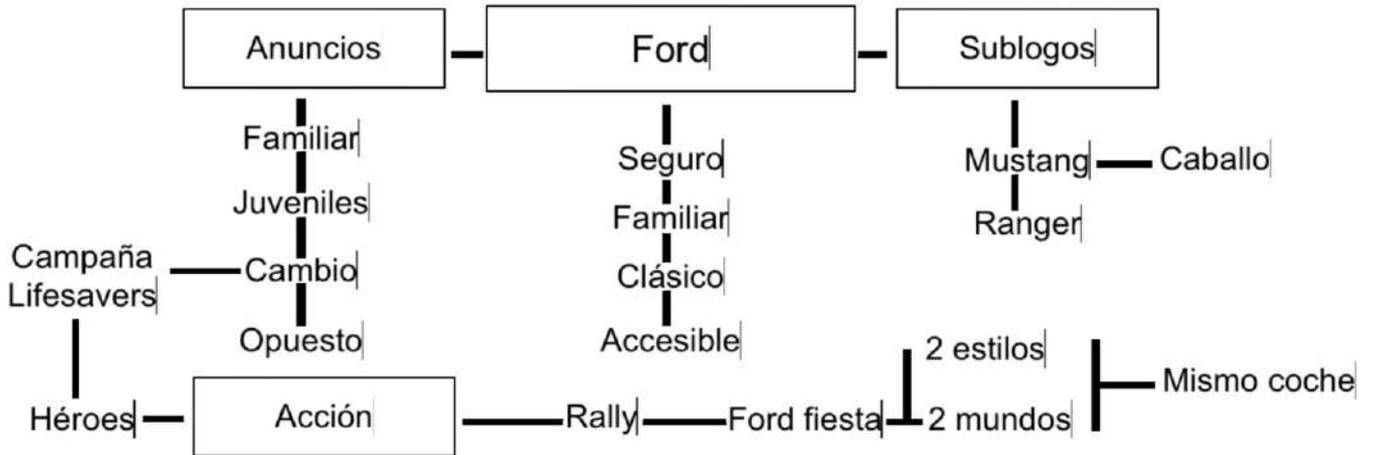
Calidad - Responsabilidad - Innovación - Pasión - Respeto

Responsabilidad - Poder - Pasión - Calidad

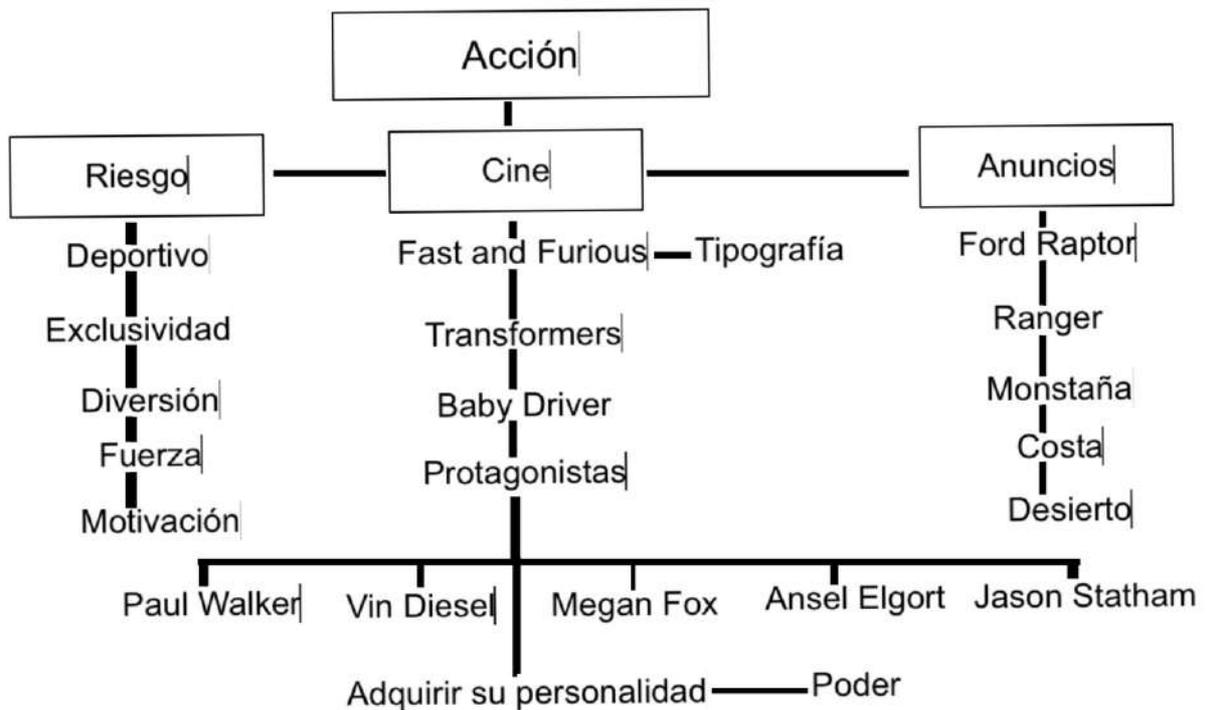
MI OBJETIVO

El objetivo de este rebranding es lograr posicionar la marca en otro nicho de mercado lanzando nuevos modelos más atractivos, más grandes, más rápidos y sobretodo más deseados. Nos alejamos así de la idea de coche familiar que pasa de generación en generación a una nueva imagen más atrevida y juguetona. Con esto no quiero decir de abandonar ese nicho. Esto es un nuevo cambio de aires que hará volverse loco al mercado de vehículos.

# Diagrama conceptual

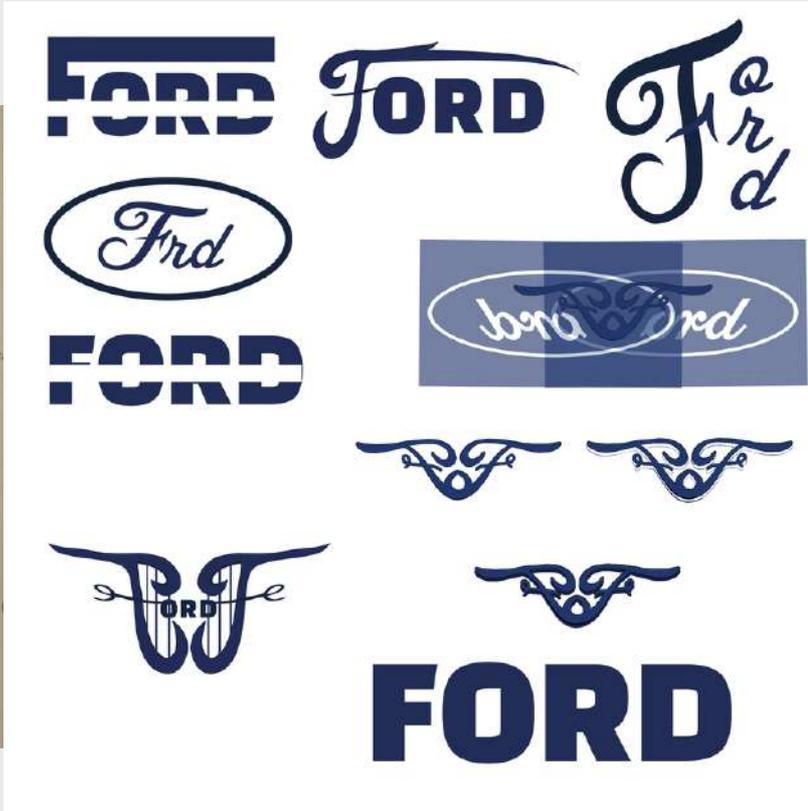
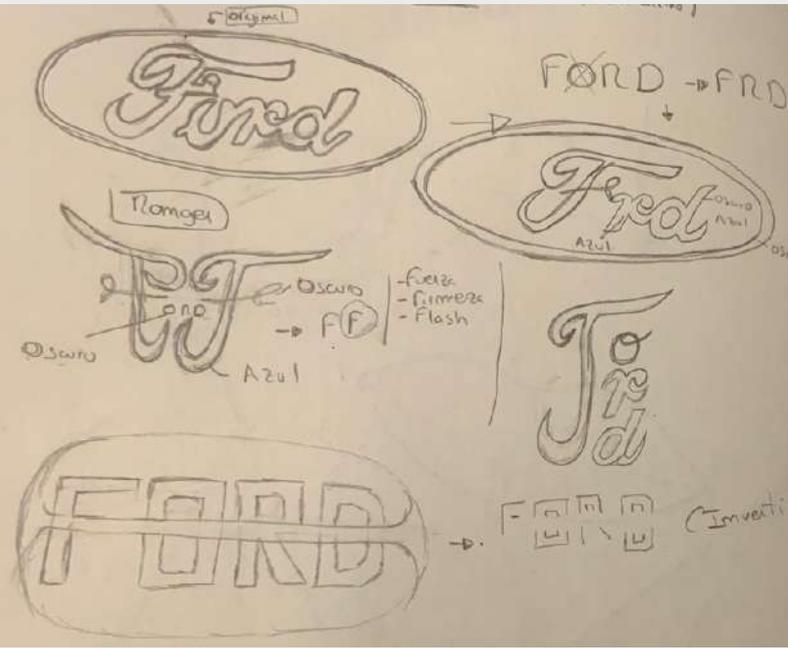


Ford- Sublogos - mustang- ranger- anuncios- cambio- opuesto- campaña- heroes- acción- rally- ford fiesta- 2 mundos/estilo- mismo coche



Acción - cine- riesgo- diversión- fuerza- motivación- películas- protagonistas- personalidad- anuncios- ford ranger- Poder

# Bocetos



# Colores



Cuando ves el logo original de Ford es azul y metalizado, sin embargo en la ilustración sale en blanco. He querido poner el metalizado desde el principio.

El color original de Ford

PODER  
MISTERIO

PANTONE  
Black 6 C

ELEGANCIA  
VERSATILIDAD

PANTONE®  
000C

# Tipografía

Inspirada en la tipografía de Fast and The Furious

SENSACIÓN DE VELOCIDAD

TIENE FUERZA

VERSÁTIL Y ELEGANTE

## **CHANGA ONE**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll  
Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv  
Ww Xx Yy Zz (Italic)**

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll  
Mm Nn Ññ Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu  
Vv Ww Xx Yy Zz**

**1 2 3 4 5 6 7 8 9**

LOGO DEFINITIVO

## Logo definitivo



# Explicación del cambio

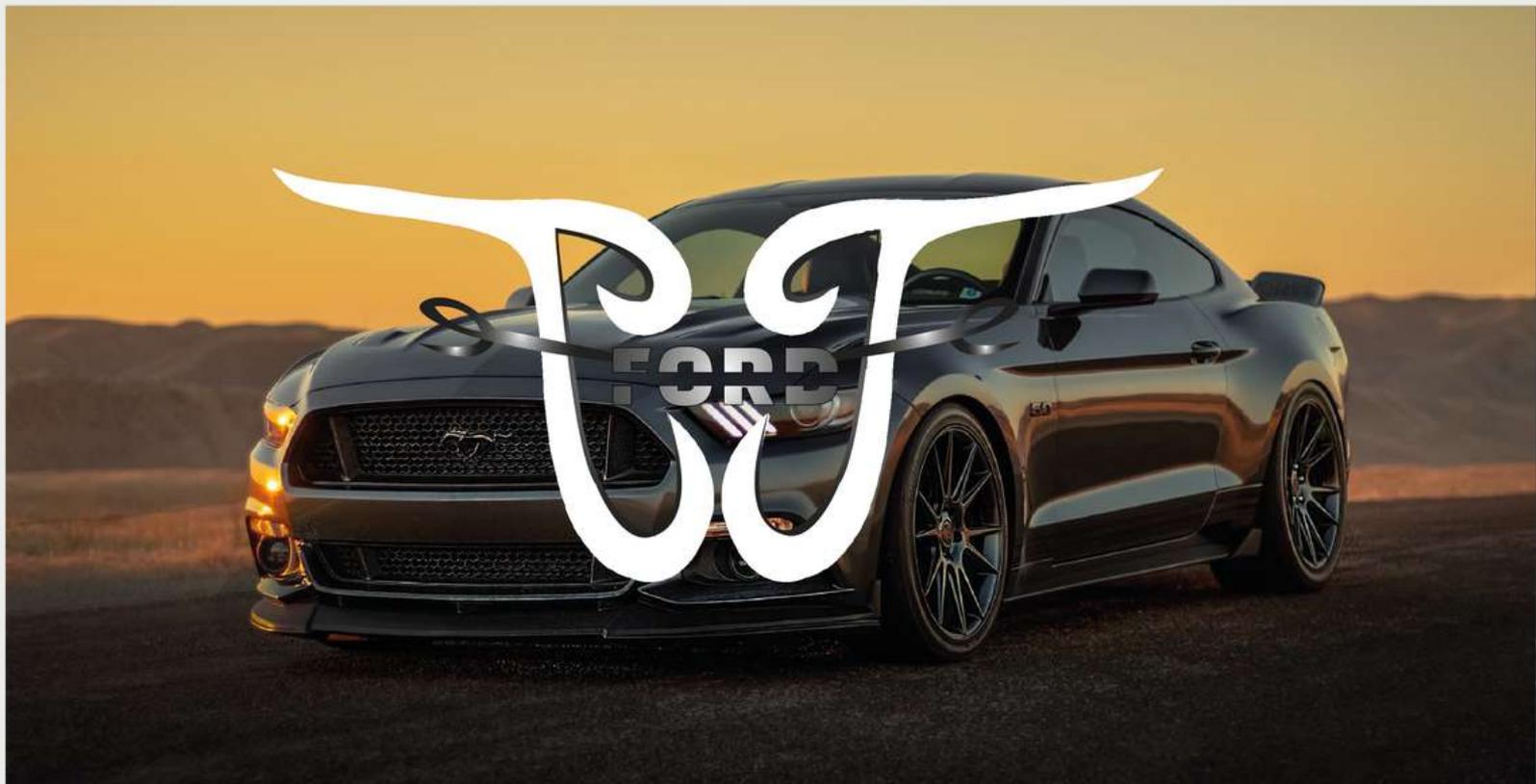
Tras muchas modificaciones quise hacer una mezcla entre una ilustración y el logo tipográfico que ya tenía jugando con la perspectivas y el metalizado. Ya que el rebranding gira en torno a un cambio más cañero el logo no podía ser menos. La idea principal es que sea fácil de manipular. El centro funciona bien solo, por tanto puede ser usado en la parte frontal de los coches como en los laterales de forma más elegante y de forma conjunta siendo este el original. Aunque el logo de Ford antiguo es azul y blanco, en los coches se ve azul y metalizado por tanto decidí que fuera así desde el principio.

Tanto el azul como la tipografía de Ford eran demasiado típicos como para renunciar a ello, por tanto deje el color característico de la marca y modifique la F para que hiciera una silueta que abrazase la palabra Ford. Esta está inspirada en la parte delantera del parachoques de un Rolls-Royce y situé el texto en el medio haciendo referencia a cuando funcionen por separado.

**Variantes del logo**



# Sobre fondo fotográfico



# Aplicaciones



Ejemplos de uso



El original



Solo



# Análisis de campañas de competidores de este año

## **ANUNCIOS:**

Anuncio BMW iX3 2021: Poca acción

Seat Leon Commercial 2021: Familiar

Anuncio Jaguar F TYPE Convertible 2021: Transmite poder.

Anuncio BMW X4 2021: Deportivo

Pub Seat Ateca 2021: Familiar

Anuncio Renault Taliant 2021 From Turkey: Familiar

Anuncio Škoda Enyaq iv 2021: Familiar

Anuncio Seat Ibiza 2021: Familiar

Anuncio Hyundai Tucson 2021: Poca acción

Anuncio Porsche Macan 2021: Poca acción

Anuncio Nissan March 2021 From Mexico: Juventud

Anuncio Toyota C HR Electric Hybrid 2021: Familiar

Anuncio Mitsubishi Eclipse Cross PHEV 202: Familiar

## **Conclusión:**

Tras ver muchos de los anuncios que se han sacado este año, es evidente que no hay apenas ninguno con el tono que yo quiero conseguir en Ford. He pensado en el anuncio que diera a conocer los nuevos modelos junto a la nueva imagen y quiero que sea estilo a un tráiler de una película. Con mucha acción y empoderando al que conduce el coche. El slogan actual es Go Further, yo lo he cambiado a Go power. Ya no es a donde ir, porque sitios hay miles. La cuestión es como vayas a esos sitios y la respuesta que da Ford es ir con poder.



***GO POWER***

**CARMEN SUÁREZ**

**MKT**