

Briefing – Categoria Estudantes

Cliente: Volkswagen

Produto: BlueMotion

1- Contexto

BlueMotion é o programa de tecnologia da Volkswagen que reduz o impacto causado por seus carros no meio ambiente. Através desse projeto, a empresa desenvolve produtos que oferecem menor consumo de combustível e menor emissão de CO₂, sempre mantendo a ótima performance Volkswagen que você conhece.

O Polo BlueMotion é o primeiro automóvel produzido a partir dessa tecnologia e, de hoje em diante, toda vez que você encontrar um carro com esse sobrenome pode ter certeza que ali, além de economia, tem respeito à natureza.

2- Quem é o consumidor

Por ser uma campanha de marca o target é muito amplo. Ainda mais retratando a questão da sustentabilidade, com certeza a mensagem não estará restrita as pessoas que estão pensando em comprar ou trocar. As pessoas hoje se preocupam em comprar carros flex principalmente pela economia que podem ter no gasto com combustível. Praticamente ninguém declara que compra um carro flex porque ele tem menor impacto ambiental.

3- O que queremos que o consumidor faça

Queremos que ele veja a Volkswagen como uma montadora que tem uma tecnologia preocupada com a sustentabilidade, uma empresa que desenvolve produtos mais responsáveis.

4- O que é pra falar

Que a VW tem um programa de tecnologia chamado BlueMotion, que tem o objetivo de reduzir o impacto causado pelos carros no meio ambiente. Este programa de tecnologia desenvolve produtos que ofereçam menor consumo de combustível e emissão de CO₂. São carros mais eficientes no consumo e que ainda oferecem uma boa performance. O Polo BlueMotion é o primeiro carro desenvolvido a partir desta tecnologia. E toda vez que o nome BlueMotion aparecer, indicará produtos que reduzem a emissão de poluentes e o consumo de combustível.

5- Por que o consumidor deve acreditar no argumento?

Suporte / fatores concretos que sustentam a oferta

A tecnologia da VW é diferente das outras, pois além de estar presente na concepção e construção do carro, ela também se manifesta na preocupação com sustentabilidade e o meio ambiente. Exemplos disso:

- A preocupação com a sustentabilidade faz parte do DNA da marca, já que desde sua chegada no Brasil, 56 anos atrás, a VW apresentou o primeiro modelo compacto e econômico: o FUSCA, revolucionando a indústria automobilística.
- 1ª marca a utilizar a injeção eletrônica de combustível e catalisador como item de série.
- 1ª marca a lançar a tecnologia bicombustível.
- Utiliza a fibra de curauá (planta nativa da Amazônia, cultivada por comunidades indígenas) em revestimentos internos, substituindo a fibra de vidro e o poliéster de PET (100% produzido de material reciclado) para a confecção de carpetes do assoalho e das caixas de rodas.
- As fábricas passam por constantes processos de modernização como reaproveitamento da água; resíduos gerados no processo são filtrados, tratados e reciclados; os resíduos orgânicos são tratados e transformados em adubo; os motores são testados a frio, sem emissão de poluentes.

6) Maiores informações

http://www.volkswagen.com/br/pt/Volkswagen_do_Brasil/Bluemotion.html