



## Ford Danmark

Biler · Rediger oplysninger



Væg

Ford Danmark · Alle (seneste) ▾

Del: Status Billede Link Video Spørgsmål

Skriv noget...



### Ford Danmark

Ready-to-Rumble... Søren Rasted er klar til at indtage asfalten som Ford Ambassadør i sin nye bil.



2011-09-28 00:02 CEST

## FORD DANMARK PÅ FACEBOOK

*Ford Danmark er hoppet med på den sociale bølge med den danske officielle facebook fanside "Ford Danmark".*

Fords fanside på facebook er et led i Fords integrerede mediestrategi, udarbejdet i samarbejde med mediebureauet Mindshare.

Strategien omfatter bl.a. livstilsuniverset [byFord](#), Ford [ambassadører](#), Fords [hjemmeside](#), Fords danske [pressecenter](#) samt PR og øvrige marketingaktiviteter. Målet er at give brugerne, Ford-ejere og alle andre nysgerrige en oplevelse.

Gennem oplevelser vil Ford vise, hvor de gør en forskel – og gøre det, på en ny og anderledes måde end gennem konventionelle annoncer.

Ford Danmark har igennem de seneste år haft et godt samarbejde med Ford ambassadører. I medierne har ambassadørerne delt historier og oplevelser fra deres hverdag, for på den måde at konkretisere hvor det er, Ford gør en forskel i deres liv.

Som en videreudvikling af mediestrategien gik Ford i løbet af sommeren i luften med et større digitalt samarbejde med Egmont, hvor micrositet **byFord** så dagens lys. Fords nye livsstilsunivers er en tilføjelse til Egmonts hjemmesider for magasinerne [Eurowoman](#), [Euroman](#) og [Alt for Damerne](#).

byFord universet indeholder blog-post fra Fords ambassadører, inspiration til bilferien, anmeldelser af restauranter og city-guides til destinationer i kørselsafstand fra Danmark. I kølvandet følger nu [Ford Danmark](#) fansiden på facebook.

Fansidens formål er at binde Fords online aktiviteter sammen. Siden vil fungere som synergi-plattform mellem indlæg fra Fords ambassadører, indhold fra micrositet byFord samt andre nyheder fra Ford.

Sociale medier er in hos annoncører i øjeblikket, og mange er aktive på facebook uden en strategi. Ifølge årets Trendanalyse fra TNS Gallup og Mindshare har en tredjedel af annoncørerne ikke en strategi for brug af de sociale medier. Ford er bestemt ikke de første, der introducerer en facebook fanside, men Fords nye tiltag sigter mod at blive en dybt integreret del af den overordnede Ford strategi.

Ved at bruge facebook ønsker Ford at styrke kommunikationen mellem Ford og fans samt at skabe et forum for dialog facebook-fans imellem.

---

### **About Ford Motor Company**

Ford Motor Company, a global automotive industry leader based in Dearborn, Mich., manufactures or distributes automobiles across six continents. With about 166,000 employees and about 70 plants worldwide, the company's automotive brands include Ford and Lincoln. The company provides financial services through Ford Motor Credit Company. For more information regarding

Ford's products, please visit [www.fordmotorcompany.com](http://www.fordmotorcompany.com).

**Ford of Europe** is responsible for producing, selling and servicing Ford brand vehicles in 51 individual markets and employs approximately 66,000 employees. In addition to Ford Motor Credit Company, Ford of Europe operations include Ford Customer Service Division and 22 manufacturing facilities, including joint ventures. The first Ford cars were shipped to Europe in 1903 – the same year Ford Motor Company was founded. European production started in 1911.

## Kontaktpersoner



### **Lene Dahlquist**

Pressekontakt

Comm. & Public Affairs manager, Ford of Denmark & Head of Nordic Communication & PA, Ford of Europe

Pressekontakt i relation til Ford Motor Company Danmark samt overordnet Nordisk ansvar

[ldahlqui@ford.com](mailto:ldahlqui@ford.com)

43480620

40328268