

Ford startet Blog

Ford weitet sein Engagement im Social Media-Bereich aus: Ab sofort ist der Automobilhersteller nicht nur auf Kanälen wie Facebook, Twitter, YouTube, Instagram und Vine vertreten, sondern auch mit einem eigenen Unternehmensblog namens „Ford Social“. Unter social.ford.de finden sich künftig regelmäßig aktuelle Geschichten über Menschen, Veranstaltungen, Ereignisse und Technologien rund um die Marke.

Der neue Kommunikationskanal richtet sich außerdem an Blogger, Unternehmensangehörige und ihre Familien, bestehende sowie potenzielle Kunden. Sie alle erhalten auf „Ford Social“ exklusive Inhalte über Ford, die sie auch in ihren eigenen sozialen Netzwerken teilen können.

Hinter dem Blog steht das drei-köpfige Ford-Social-Media-Team, das neben Artikeln auch Fotos und Grafiken sowie exklusive Interviews aufbereitet. (ampnet/jri)

Bilder zum Artikel


