

TOYOTA FEST 2026 IMPULSIONA DEMANDA E MOBILIZA A REDE

Por: **LIA FREIRE**

A Rede Toyota iniciou 2026 com uma ação comercial de grande alcance. Lançado em janeiro, o Toyota Fest marcou a retomada da produção dos veículos com uma campanha nacional voltada à geração de demanda, fortalecimento da marca e aumento do fluxo nas Concessionárias.

O conceito do Toyota Fest foi baseado em alto alcance e frequência de comunicação. A estratégia buscou ampliar a presença da marca junto aos consumidores interessados nos veículos Toyota e estimular a intenção de compra.

A campanha também utilizou ferramentas de geolocalização para impactar potenciais clientes que circulavam nas proximidades das Concessionárias, aumentando as oportunidades de conversão e geração de negócios.

“Essa combinação de comunicação direcionada com ações coordenadas da Rede permitiu que a mensagem chegasse de forma consistente ao público-alvo, fortalecendo o relacionamento com os consumidores”, explicou Camila Pereira, Coordenadora de Digital & Analytics da Toyota do Brasil.

CONDIÇÕES ESPECIAIS

Em janeiro, o destaque da campanha foi o Toyota Corolla Cross. Já em fevereiro, o line-up foi ampliado para incluir modelos estratégicos da marca, como: Hilux, Corolla, Corolla Cross, RAV4 e SW4.

Os clientes puderam aproveitar bônus na troca do veículo (trade in) e taxas especiais de financiamento, ampliando a atratividade das condições comerciais oferecidas durante o período da campanha. Além das ofertas, a ação também destacou a disponibilidade de veículos à pronta entrega, reforçando a retomada plena da produção e a capacidade de atendimento da Rede.

ENGAJAMENTO DA REDE

Um dos destaques do Toyota Fest foi o engajamento da Rede em todo o país. As ações foram realizadas de forma coordenada, com eventos simultâneos e comunicação alinhada entre os Dealers, seguindo o conceito de one voice.



As ações foram realizadas de forma coordenada, com eventos simultâneos e comunicação alinhada entre os Dealers

Para se preparar para a ação, os Concessionários reforçaram suas equipes de vendas e atendimento para lidar com o aumento no volume de leads e com o movimento nos showrooms. Além disso, a Rede utilizou a mídia cooperada para ampliar a comunicação local e fortalecer a divulgação das ofertas.

RESULTADOS EXPRESSIVOS

Os resultados da campanha apareceram. A Toyota registrou um aumento de 26% na demanda, impulsionado pela estratégia de comunicação baseada no modelo hero, que prioriza conteúdos de alto impacto e grande alcance para gerar engajamento. O desempenho também se refletiu na participação de mercado, que alcançou 6,2%, o melhor resultado desde o incidente ocorrido na planta de Porto Feliz.

Com forte participação da Rede, comunicação integrada e condições comerciais atrativas, o Toyota Fest 2026 se consolidou como uma importante ferramenta de geração de negócios no início do ano.