

# ***Recommandation***



***Valentin Dubois***

***BTS COM 1***

# Sommaire

<b>Contexte et demande</b>	p3
L'annonceur	p3
Contexte	p3
Demande	p3
<b>Démarche Stratégique</b>	p4
SWOT	p4
Synthèse SWOT	p5
Problématique	p5
<b>Réflexion Stratégique</b>	p6
Cibles	p6 - p8
Objectifs	p9
Positionnements	p9
<b>Stratégie des moyens</b>	p10
Moyen de communication déjà mis en place	p10
Objectifs de com	p11
<b>Stratégie Créative</b>	p12
Copy stratégie	p12
Proposition, maquette et justification	p13 - p20
Charte graphique	p21
Calendrier éditorial	p22
<b>Création de contenu</b>	p22
Mise en place	p22 - p24
Indicateur de suivi	p25 - p27
<b>Annexe</b>	p28 - p29

# Contexte et demande

## L'annonceur

Automobiles de A à Z située à Domalain est une entreprise comptant environ 30 salariés, il propose un large choix de vente de véhicules neufs et d'occasions avec un service client de qualité, de l'entretien et de la réparation, 4 concessions à leur actif situées à Domalain, Rennes, St Briec et Laval.

## Contexte

Durant mon stage d'une durée de 7 semaines, je suis appelé à concevoir une démarche stratégique axée sur la communication d'Automobiles de A à Z. Une réflexion complète doit donc être au cœur de la réflexion pour avoir un dossier complet. Ce dossier va servir dans un premier temps de base pour la présentation à l'annonceur, il contient une analyse approfondie pour comprendre les dynamiques concurrentielles et ainsi permettre de cibler avec précision notre public cible, tout en identifiant les moyens déjà mis en œuvre, pour les améliorer et optimiser face à la stratégie créer. Il contribue donc ainsi à une approche stratégique plus informée et pertinente.

## Demande

Il m'est demandé, dans le cadre de mon stage, de concevoir une démarche stratégique afin de remettre à niveau la communication des différents supports digitaux (Instagram, Facebook), Web.

# Démarche Stratégique

## SWOT

<b>I n t e r n e</b>	<b>Force</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- 4 concessions (3 en Bretagne et 1 en Mayenne)</li><li>- Bon avis (4,2/5, 222 avis)</li><li>- Stock et variété de véhicules conséquents</li><li>- Recherche personnalisée de véhicules</li><li>- Personnel compétent et formé, capable de fournir un excellent service client et des conseils d'achat</li><li>- Bon positionnement de localisation dans une zone à fort trafic, facilitant l'accès pour les clients potentiels</li><li>- Prix professionnels pour les entreprises</li></ul>	<b>Faiblesse</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Les ventes restent localisées autour de la Bretagne</li><li>- Inactif en communication</li></ul>
<b>E x t e r n e</b>	<b>Opportunités</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Très peu de concessions dans les alentours (10 km)</li><li>- Le marché de l'occasion en pleine expansion</li><li>- Forte croissance de l'industrie automobile (véhicule électrique)</li></ul>	<b>Menaces</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Nombreux concurrents dans le secteur de Vitré</li><li>- Vente de véhicule par les particuliers</li><li>- Réglementation gouvernementale (loi 2035, interdiction de vente de voiture thermique)</li><li>- Hausse du prix du carburant</li><li>- Prix des matières premières en hausse</li><li>- De nouvelles règles et de nouveaux standards pour l'émission de CO2</li></ul>

# Synthèse SWOT

Le SWOT nous permet d'avoir une vue d'ensemble des facteurs internes et externes qui peuvent affecter le succès et peut servir de base pour élaborer des stratégies visant à maximiser les opportunités et à atténuer les menaces.

Automobiles de A à Z à Domalain présentent plusieurs avantages. La société possède 4 concessions ce qui permet d'être présent sur une large zone géographique, 3 concessions en Bretagne et 1 concession en Mayenne avec du personnel compétent, un stock diversifié et complet de véhicules, ainsi en complément de cela une recherche personnalisée ce qui lui confère une solide réputation. Cependant, les ventes restent localisées principalement en Bretagne et ceci n'est pas aidé à cause du grand manque de communication que ce soit média ou hors média.

Mais elle doit relever des défis externes tels que la concurrence locale dans le secteur de Vitré, les ventes de véhicules par les particuliers, la hausse des matières premières et les changements réglementaires dans l'industrie automobile. Les opportunités telles que la quasi position dominante en tant que concession dans un rayon de 10 km, le marché de l'occasion en forte évolution et de l'industrie automobile sont des pistes pour sa croissance.

Pour conclure, la communication peut permettre l'expansion géographique et ainsi être un levier importants pour atténuer les menaces et les faiblesses et saisir ces opportunités en gardant leur force.

## Problématique

**“Comment** l'entreprise Automobiles de A à Z peut améliorer sa notoriété/visibilité **alors que** la concurrence dans ce secteur est dense ?”

# Réflexion Stratégique

## Cibles

### Principale

Personnes qui sont à la recherche active d'un véhicule, d'une réparation ou d'un entretien. Cela peut inclure des individus, des familles, des professionnels ou des entreprises.

### Personae

**Corentin Dulin**, 36 ans, habitant à Argentré-Du-Plessis, employé dans le bâtiment, a vécu malencontreusement un accident de la route en percutant un autre véhicule sur son trajet du retour au travail. Après analyse de l'expert de la voiture endommagée, il lui annonce que son véhicule est déclaré accidenté/épave donc irréparable, déçu et stressé par la perte soudaine de son véhicule et les démarches associées, Corentin est donc obligé de s'acheter une nouvelle voiture pour pouvoir faire ses trajets quotidiens. Il consulte régulièrement pour trouver son bonheur le site internet du concessionnaire Automobiles de A à Z à Domalain, une commodité car à proximité de son domicile environ 8 km pour acheter un véhicule d'occasion fiable et abordable n'ayant pas le budget nécessaire pour une gamme neuf.

**Marie Hudson**, 58 ans, habitant la Guerche-de-Bretagne, souhaite changer de voiture pour passer sur une gamme SUV ayant actuellement une berline, pour bénéficier davantage d'espaces et de confort pour les enfants, après de nombreuses recherches sur internet, elle tombe sur le site internet d'Automobiles de A à Z, connaissant la localisation car elle y passe devant pour aller chercher ses enfants. En regardant les services elle découvre qu'il propose la reprise de véhicule, souhaitant éviter les complications et les tracas ce service est adéquat pour le processus d'achat de son prochain SUV, cela lui permettra de ne pas s'embêter pour la vente et de bénéficier directement d'une remise contre sa berline.

## Coeur de cibles

Personnes ou familles habitant proche du concessionnaire qui sont sur le marché pour l'achat d'un véhicule d'occasion, d'une réparation ou d'un entretien. Ces clients potentiels sont souvent à la recherche d'une solution de transport fiable qui correspond à leurs besoins spécifiques en termes de budget (panier moyen autour de 17 000€), de style de vie et de préférences.

## Personae

**Jean Frot**, 68 ans, habitant à Domalain, est dans le secteur de l'agroalimentaire, père de 2 enfants suite à des problèmes mécaniques sur sa voiture, il souhaite la faire réparer, il a choisi Automobiles de A à Z depuis plus de 10 ans pour sa proximité, convivialité et expertise avec un service de qualité afin d'assurer une transparence et d'éviter d'autres frais de réparation à l'avenir. Automobiles de A à Z sont là pour ça demande tout en respectant son budget, il recommande ce concessionnaire à ses proches ayant une expérience positive.

**Liza Marseau**, 32 ans, habitante de Vitré, est salariée dans une usine de textile, a pour projet de changer de véhicule ayant en ce moment une Citroën C3 étant contente de la fiabilité et de la puissance, elle souhaite passer sur le modèle améliorer, la DS3 pour plus de confort et de style, pour effectuer ses trajets quotidiens domicile travail et ses activités. Pour correspondre à ses préférences personnelles, elle recherche spécifiquement d'occasions en bon état avec les options et la couleur souhaitée et un historique d'entretien complet afin d'éviter les mauvaises surprises comme les frais de réparation fréquents et coûteux.

## Cibles secondaire

Personnes ou groupes de personnes qui ne sont pas nécessairement dans le marché pour l'achat immédiat d'un véhicule ou d'accessoires ou d'une réparation, mais qui peuvent être des clients potentiels à l'avenir ou qui peuvent influencer les décisions d'achat d'autres personnes.

### Personae

**Amanda Batten**, 45 ans, habitant à Vitré, est auxiliaire de vie, a acheté son véhicule il y a 4 ans à Domalain chez Automobiles de A à Z et l'utilise principalement pour ses déplacements professionnels et personnels, couvrant de courtes et moyennes distances quotidiennement. Durant un repas entre amis, sont amis lui dit qu'elle souhaite s'acheter un nouveau véhicule. Ravi du service client et de son véhicule, elle recommande à son ami leurs services de qualité pour l'achat de son prochain véhicule.

**Kilian Koli**, 25 ans, habitant à Saint-Germain-du-Pinel, étudiant en master, utilise son véhicule pour se rendre à l'université, effectuer des courses et des sorties occasionnelles. Sa première voiture, acquise à l'obtention de son permis il y a 7 ans, commence à montrer des signes d'usure. Il songe d'ici 2 ans à la remplacer par un véhicule plus récent, il préfère se tourner vers des voitures d'occasions de bonne qualité, adaptées à son budget d'étudiants sensible, car il dépend des aides et de ces emplois à temps partiels et regarde aussi pour les différents moyens de financement. Automobiles de A à Z est pour lui une concession locale, de confiance et de qualité.



# Objectifs

## **Affectif (faire aimer)**

L'objectif affectif d'un concessionnaire automobile est de créer des liens émotionnels avec ses clients et de leur offrir une expérience d'achat agréable et mémorable. Cela comprend souvent la création d'une atmosphère accueillante et chaleureuse dans le showroom, le développement de relations de confiance avec les clients et la fourniture d'un service personnalisé qui répond à leurs besoins et à leurs préférences individuelles.

Les concessionnaires automobiles visent à susciter des émotions positives chez leurs clients pour se différencier de la concurrence.

## **Conatifs (faire agir/ faire acheter)**

L'objectif conatif d'un concessionnaire automobile est de guider les clients à travers le processus d'achat et de les aider à prendre des décisions informées et satisfaisantes concernant l'achat d'un véhicule.

## **Cognitifs (faire connaître)**

L'objectif cognitif d'un concessionnaire automobile est de faire connaître avant tout l'entreprise, les marques et les modèles qu'il propose, d'informer les clients sur les caractéristiques et avantages des véhicules, de sensibiliser aux services disponibles tel que les options de financement, l'entretien, la reprise de véhicule. C'est avant tout de construire une image de fiabilité et de qualité. En fournissant ces informations de manière transparente et compréhensible, les concessionnaires automobiles visent à éliminer les incertitudes et à aider les clients à prendre des décisions satisfaisantes lors de l'achat de leur véhicule.

# Positionnements

“Concessionnaire automobiles située à Domalain offrant une large gamme de véhicules neufs et d'occasion, proposant de nombreux services de qualité comme de livraison à l'achat d'un véhicule, de la réparation, entretien et location”

# Stratégie des moyens

## Moyen de communication déjà mis en place

### Média

#### **Presse** > *Ouest France*

Dans la rubrique "voiture d'occasion" Automobiles de A à Z apparaît avec des voitures sélectionnées auparavant.

#### **Digital** > *Instagram*

Une page a été créée avec juste comme publications les nouveaux arrivages et des story a la une de chaque marque mais inactif depuis 7 mois

#### *Facebook*

Une page a été créée avec comme publications les nouveaux arrivages mais inactif depuis 6 mois

#### *Site Web*

Un site internet "<https://www.automobilesdeaaz.com/>" est mis en place afin de référencer les véhicules à vendre mais aussi de présenter leurs services, mais aussi une présentation des différentes concessions avec aussi des avis clients

#### *LeBoncoin*

Un page LeBoncoin est mis en place afin de référencer les véhicules à vendre

#### *Ouest France*

Sur le site web "Ouest France Auto" tous les véhicules en vente sont disponibles en visualisation

### Hors Média

#### **Print** > *Oriflammes*

5 oriflammes sont disposées sur le côté de la route afin d'apporter davantage de visibilité, d'avoir un impact visuel et de présenter le plus gros de leur service.



## Print > Affiche (A4, A5)

Elle permet de communiquer de manière physique sur leur localisation, services et contact

Affiche A4/A5 for Automobiles De A à Z. The design features the company logo at the top left, a QR code at the top right, and contact information at the bottom. The background is dark with white and red text.

**Automobiles**  
De A à Z  
www.automobilesdeaaaz.com

Zone Artisanale Vague de la noé - 35680 DOMALAIN

Tel : 02.99.96.56.76

Mail : automobilesdeaaaz@orange.fr

Affiche A4/A5 for Automobiles De A à Z. The design features the company logo at the top, a list of services in the middle, and contact information at the bottom. The background is light with circular images of cars and people working on cars.

**Automobiles**  
De A à Z

**Vente / Location**  
Véhicules neufs et d'occasion

**Nos services de A à Z :**

- RECHERCHE PERSONNALISÉE OFFERTE DE VOTRE FUTUR VÉHICULE
- ENTRETIEN, RÉPARATION TOUS TYPES
- CARROSSERIE
- LOCATION DE VÉHICULE
- VENTE DE PIÈCES
- FINANCEMENT
- EXTENSION DE GARANTIE
- REPRISE DE VOTRE ANCIEN VÉHICULE

**Retrouvez nous à :**

Domalain  
Rennes  
Laval  
St brieuc

[WWW.AUTOMOBILESDEAAZ.COM](http://WWW.AUTOMOBILESDEAAZ.COM)

Notre équipe est là pour vous !  
**02 99 96 56 76**

## Objectifs de com

- Rendre attrayants et informatifs les réseaux sociaux
- Augmentation de la visibilité et notoriété
- Génération de nouveaux clients
- Augmentation du trafic du site internet
- Développement d'une communauté
- Fournir un service client

# Stratégie Créative

## Copy Stratégie

### **Promesse**

“Automobiles de A à Z proposent des services de vente, entretien, réparation et location de qualité depuis plus de 15 ans, un large choix de plus de 200 véhicules en stock que ce soit utilitaire, SUV, berline, citadines et plus encore”.

### **Preuve**

Pour augmenter la visibilité sur les médias et renforcer la communication, il faut intégrer des publications, stories et vidéos régulièrement avec du visuel et rédactionnelle du concessionnaire, des services et du personnel.

### **Tonalité**

Adopter un ton professionnel, amical et informatif pour renforcer sa crédibilité et son accessibilité. L'engagement est crucial, en posant des questions, en lançant des sondages et en répondant de manière opportune. L'authenticité est essentielle pour susciter la confiance des clients.

### **Message**

Mettre en avant le concessionnaire avec ces nombreux services, sont personnels et les avis.

# Proposition, maquette et justification

## Idée

### Digital >

- Vidéo - présentation du concessionnaire
- Publication - présentation du concessionnaire
- Publication - arrivage de véhicule
- Stories - personnel au travail
- Stories - "le saviez-vous ?"
- Publication - avis client
- Publication - site internet
- Stories - interactive
- Publication - marronnier
- Stories - actualité

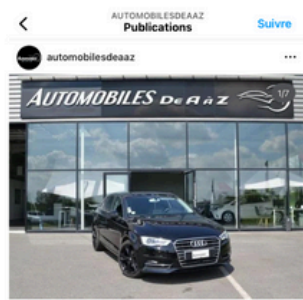
### Print >

- Kakemono
- Panneau publicitaire
- Affiche
- Dépliant
- Carte de visite
- Goodies (porte clé, sent bon voiture, sticker)

### Événementiel >

- Porte ouverte

# Publication - arrivage de véhicule



Format :

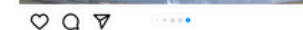
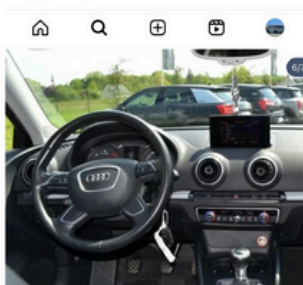
Publication Instagram (1080px par 1080px)

Publication Facebook (1080px par 1080px)



Détails :

Photos de bonne qualité, légende clair et précise avec du gras, émojis et utilisation d'hashtags



Créer une publication pour chaque nouvel arrivage de véhicule, cela permet de maintenir l'intérêt et l'engagement des clients en montrant régulièrement les nouveaux arrivages. Les publications fréquentes vont augmenter la visibilité du concessionnaire et peuvent attirer de nouveaux followers, des clients potentiels. Elles permettent également de mettre en avant des caractéristiques spécifiques des nouveaux modèles, suscitant ainsi l'enthousiasme et l'urgence d'achat. Les clients potentiels peuvent ainsi suivre les dernières nouveautés et offres en temps réel. En résumé, ces publications dynamisent la présence en ligne du concessionnaire et stimulent les ventes.

## Stories - "Le saviez-vous ?"



**QUAND CHANGER LA  
COURROIE DE  
DISTRIBUTION**

**Recommandation du fabricant**

Consultez le manuel de votre véhicule pour connaître l'intervalle de remplacement recommandé, généralement entre 60 000 et 160 000 km ou tous les 5 à 7 ans.

**Signes d'usure**

Bruits inhabituels provenant du moteur, difficultés de démarrage, vibrations excessives ou fuites d'huile près de la courroie peuvent indiquer qu'un changement est nécessaire.

**i** Pour toute question, n'hésitez pas à nous contacter

 02 99 96 56 76  
ou  
en concession

Format :

Stories Instagram (9:16)

Stories Facebook (9:16)

Détails :

Utilisation d'accroche impactante, fil rouge

Créer des stories Instagram en partageant des informations intéressantes et éducatives sur les voitures et l'industrie automobile. Ces stories peuvent aborder des sujets comme les avantages d'acheter une voiture d'occasion, des astuces d'entretien, ou des faits amusants sur les différents modèles disponibles. En offrant des informations utiles, le concessionnaire se positionne comme une source fiable et experte, ce qui peut augmenter la confiance des clients potentiels. Les stories "Le saviez-vous ?" encouragent également les abonnés à interagir, à poser des questions et à partager le contenu, augmentant ainsi la visibilité. En diversifiant le contenu, ces stories maintiennent l'intérêt de la communauté et peuvent attirer une audience plus large. En résumé, elles offrent une manière efficace de fournir de la valeur ajoutée, d'éduquer l'audience et de renforcer la présence.

# Publication - avis client



Format :

Publication Instagram (1080px par 1080px)

Publication Facebook (1080px par 1080px)

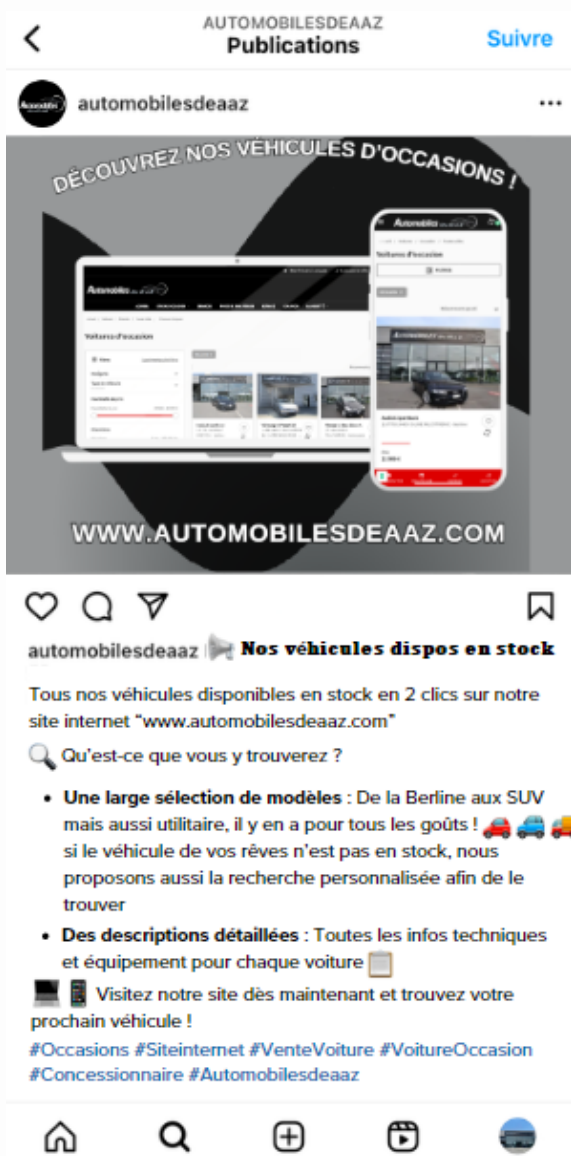
Détails :

Utilisation de la charte graphique, légende clair, synthétique et utilisation d'hashtags

Créer une publication Instagram et Facebook avec les avis clients. Tout d'abord, cela renforce la crédibilité et la confiance envers l'entreprise en montrant des témoignages authentiques de clients satisfaits. Ensuite, cela sert de preuve sociale, incitant d'autres clients potentiels à choisir le concessionnaire en se basant sur les expériences positives partagées. Une telle publication valorise également les clients existants, leur montrant que leur avis compte. De plus, cela permet de créer du contenu engageant et pertinent pour les réseaux sociaux, favorisant l'interaction avec la communauté. En partageant des avis variés, on peut aussi mettre en avant différents aspects des services, que ce soit la qualité du service client, l'efficacité des réparations ou la satisfaction des achats. Enfin, cela contribue à la réputation en ligne du concessionnaire, améliorant ainsi sa visibilité et attirant de nouveaux clients.



# Publication - site internet



Format :

Publication Instagram (1080px par 1080px)

Publication Facebook (1080px par 1080px)

Détails :

Utilisation de la charte graphique, légende clair et précise avec du gras, des émojis, des grands thèmes et utilisation d'hashtag

D'abord, cela permet de montrer les nouveaux services mise en place pour les clients comme la création d'un site internet ou y trouve la possibilité de visualiser le stock de véhicules. Cela permet de capter l'attention des acheteurs et à susciter leur intérêt.

# Publication - marronnier



Format :

Publication Instagram (1080px par 1080px)

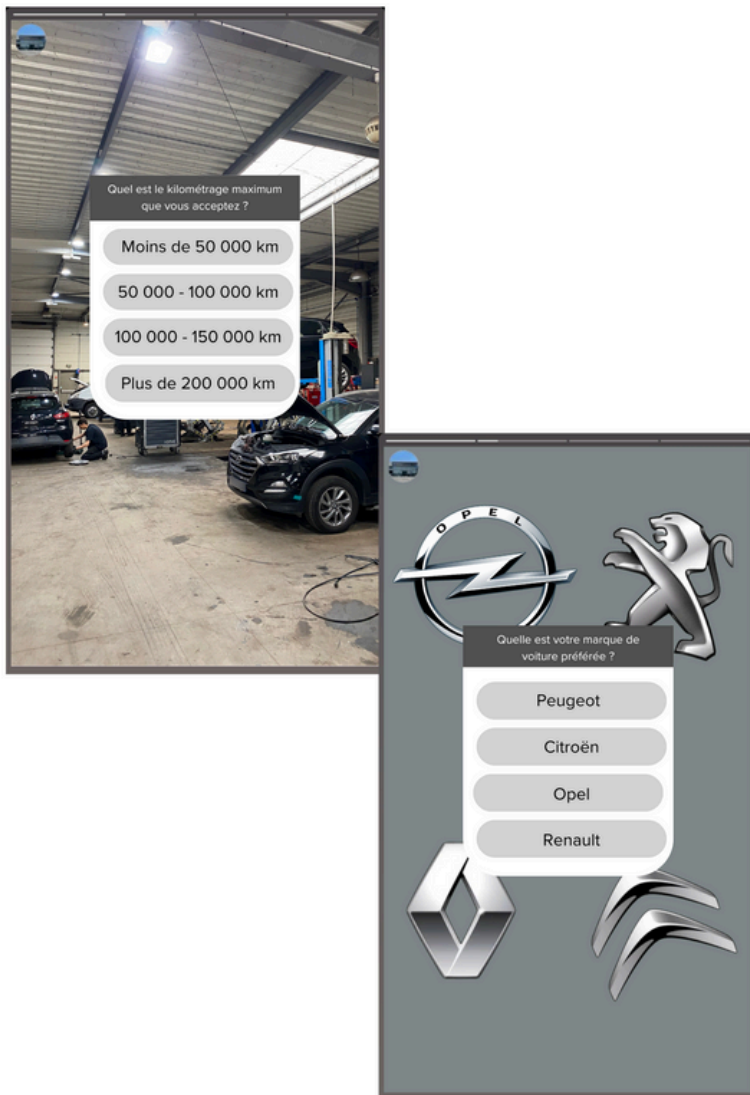
Publication Facebook (1080px par 1080px)

Détails :

Accroche attractive, légende percutantes avec du gras, des émojis et utilisation hashtags. Mise en place en fonction de l'actualité, des saisons

Créer des publications de type marronnier aide à maintenir l'engagement des abonnés en présentant régulièrement de nouveaux contenus attrayants. Ces publications peuvent mettre en valeur des offres spéciales, des promotions saisonnières. En utilisant des visuels accrocheurs et des légendes percutantes, les publications marronniers peuvent attirer l'attention des followers et encourager l'interaction. Elles contribuent à maintenir la présence en ligne du concessionnaire et à renforcer sa notoriété. En exploitant les tendances saisonnières ou événementielles, ces publications peuvent également capitaliser sur des moments opportuns pour stimuler les ventes et attirer de nouveaux clients potentiels. En résumé, les publications marronniers offrent une stratégie efficace pour maintenir l'intérêt de l'audience et promouvoir activement les offres du concessionnaire.

## Publication - interactive



Format :

Stories Instagram (9:16)

Stories Facebook (9:16)

Détails :

Faire une série de stories, avec des sondages (3 ou 4 propositions)

Créer des stories interactives pour un concessionnaire automobile améliore l'engagement en encourageant les abonnés à interagir avec le contenu. Ces fonctionnalités permettent de collecter des données utiles pour personnaliser les campagnes. Elles favorisent également la création d'une communauté engagée en encourageant les abonnés à partager leur avis. Cette approche dynamique peut aider à attirer de nouveaux clients et à fidéliser les clients existants. Les données collectées peuvent être utilisées pour adapter les offres et les promotions en fonction des préférences des clients. En exploitant pleinement ces fonctionnalités, le concessionnaire peut augmenter sa visibilité en ligne et stimuler ses ventes.

## Publication - affiche



Format :  
A5, A4, A3

Détails :  
Utilisation de la charte graphique, visuel attrayant, informations clair

Les affiches au format A4, A5 et A3 sont des outils de communication efficaces pour plusieurs raisons : elles sont économiques, faciles à produire en grande quantité et à distribuer. Une communication physique qui permet d'être plus impactant face à une cible moins digitalisée. Leur taille compacte les rend adaptées à divers espaces, tels que les vitrines de magasins, les tableaux d'affichage et les présentoirs. Elles offrent également suffisamment d'espace pour transmettre des messages clairs et percutants, tout en étant facilement personnalisables. Enfin, leur polyvalence en fait des supports idéaux pour promouvoir des événements, des offres spéciales ou des informations importantes de manière visible et accessible.

# Charte graphique



Charte graphique - Automobiles de A à Z

## Typographies d'affichage

Contrail one

### Contrail One

- Typographie à utiliser dans les print.

## Logo



## Typographies du logo

Neo Sans Pro Bold Italic

### Neo Sans Pro Bold I...

- Typographie employée dans le logo pour le mot "Automobiles"

Starry Eyed Italic

### Starry Eyed Italic

- Typographie employée dans le logo pour le mot "De A à Z"

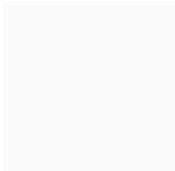
## Couleurs du logo



Hex : #010101

RVB : 1 - 1 - 1

CMJN : 0 - 0 - 0 - 100



Hex : #FDFDFD

RVB : 253 - 253 - 253

CMJN : 0 - 0 - 0 - 1



Hex : #B6C8C9

RVB : 182 - 200 - 201

CMJN : 9 - 0 - 0 - 21



Hex : #3F4445

RVB : 63 - 68 - 69

CMJN : 9 - 1 - 0 - 73



Hex : #7E8789

RVB : 126 - 135 - 137

CMJN : 8 - 1 - 0 - 46

## Utilisations

Les différents éléments du logo doivent conserver leur proportion et leurs couleurs.

Afin d'assurer leur visibilité et leur intégrité, un espace protégé autour des logos doit être respecté.

### Digital

Le logo doit être apparent sur la photo de profil.

### Print

Le logo doit être apparent sur n'importe quel format de print.

# Calendrier éditorial

 Calendrier éditorial Réseaux Sociaux - Automobiles de A à Z

Annexe 1 et 2

## Création de contenu

### Mise en place

Après analyse des statistiques sur le tableau de bord professionnel, les publications ou stories doivent être publiées le mardi et le jeudi à 9h et de même pour les autres jours s'il y a, afin d'atteindre un plus grand nombre d'audiences et de susciter de l'interaction.

### Hashtags obligatoire

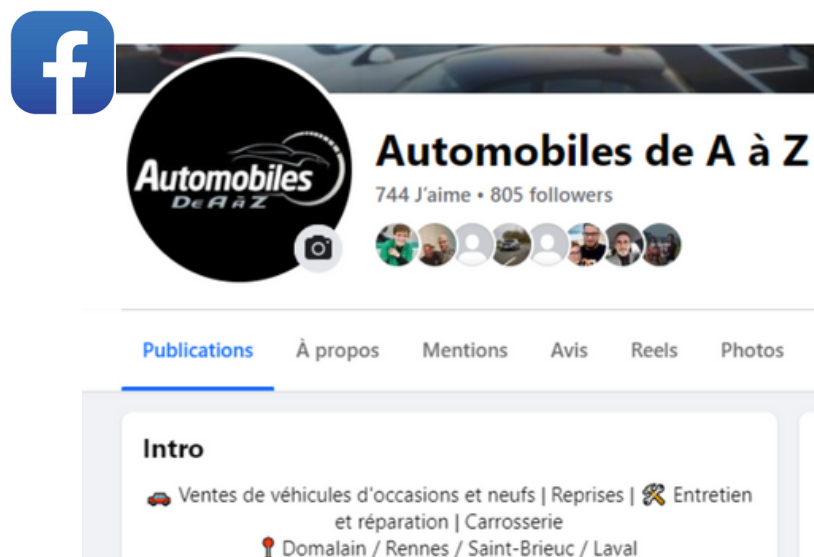
[#voitureoccasion](#) [#occasion](#) [#concessionnaire](#) [#automobiledeaaz](#)

### Remise au propre des profils

Photo de profil et biographie avec leurs services, localisation et site internet



Instagram profile for **automobilesdeaaz**. The profile picture is a black circle with the 'Automobiles De A à Z' logo. The bio reads: 'Automobiles de A à Z', 'Ventas de vehículos d'occasions et neufs | Reprises |', 'Entretien et réparation | Carrosserie', and 'Domalain / Rennes / Saint-Brieuc / Laval'. The website link is [www.automobilesdeaaz.com](http://www.automobilesdeaaz.com). Statistics: 395 publications, 225 followers, 27 suivi(e)s.



Facebook profile for **Automobiles de A à Z**. The profile picture is a black circle with the 'Automobiles De A à Z' logo. The bio reads: 'Automobiles de A à Z', '744 J'aime • 805 followers', and 'Ventas de vehículos d'occasions et neufs | Reprises | Entretien et réparation | Carrosserie'. The location is 'Domalain / Rennes / Saint-Brieuc / Laval'. The website link is [www.automobilesdeaaz.com](http://www.automobilesdeaaz.com). Navigation tabs: Publications, À propos, Mentions, Avis, Reels, Photos.

# Exemples de publication

## Publication – présentation du concessionnaire



automobilesdeaz

automobilesdeaz ✨ **Bienvenue chez Automobiles de A à Z !** ✨

Nos Services :

- Vente de véhicules neufs et d'occasions 🚗 🚙 🚚
- Entretien, réparation tous types 🛠️
- Carrosserie
- Reprise de véhicules
- Location de véhicules

📍 Retrouver davantage de détails sur le site internet "www.automobilesdeaz.com" ou en concession

#services #clients #ventevoiture #voitureoccasion #concessionnaire #automobilesdeaz

12 sem

Voir les statistiques [Booster la publication](#)

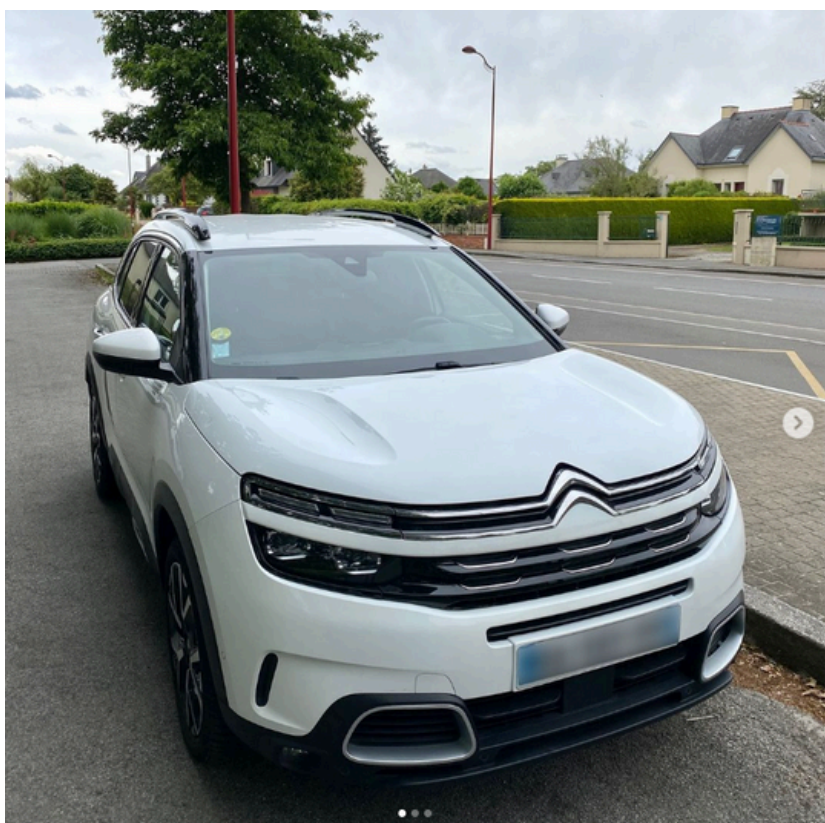
📍 🗨️ 📌

👤 Aimé par garagealainmate et 15 autres personnes

5 juin

😊 Ajouter un commentaire... [Publier](#)

## Publication – marronnier (Fête des pères / 16 juin)



automobilesdeaz

automobilesdeaz 🍷 **Papa a envie d'un gros véhicule ?**

C'est l'occasion chez Automobiles de A à Z !

Pour la fête des pères, 🍷 offrez lui ce qu'il mérite : puissance, espace et confort. Venez découvrir notre sélection de SUV ou autres en concession et profitez d'essais routiers, renseignement détaillé et solutions de financement

❤️ Bonne fêtes des pères à tous les papas ! ❤️

📍 Découvrez davantage de modèles sur "www.automobilesdeaz.com" ou en concession et trouvez la voiture qui fera le bonheur de votre père !

#fetedesperes #suv #voituredepapa #papaauvolant #ventevoiture #voitureoccasion #concessionnaire #automobilesdeaz

10 sem

Voir les statistiques [Booster la publication](#)

📍 🗨️ 📌

👤 Aimé par valentindubois.pro et 7 autres personnes

16 juin

😊 Ajouter un commentaire... [Publier](#)

## Publication – véhicule multimarque



**automobilesdeaaz**

**automobilesdeaaz** Découvrez la diversité chez Automobiles de A à Z 🚗

Ne soyez pas limité à une seule marque !

Nous sommes fiers d'être un concessionnaire multimarque et de vous offrir une vaste gamme de véhicules pour répondre à tous vos besoins et préférences

Vous hésitez 🤔 ? venez les tester pour faire le bon choix et découvrir leurs performances, confort et options 📄

📌 Découvrez notre large sélection de véhicules sur "www.automobilesdeaaz.com" ou en concession ou notre équipe se fera un plaisir de vous accompagner dans vos recherches 😊

#multimarques #toutesgammes #besoins #preference #ventevoiture #voitureoccasion #concessionnaire #automobilesdeaaz

[Voir les statistiques](#) [Booster la publication](#)

📍 Aimé par alya\_351 et 2 autres personnes  
27 juin

😊 Ajouter un commentaire... [Publier](#)

## Publication – stories “le saviez-vous ?”

### QUAND CHANGER LA COURROIE DE DISTRIBUTION

**Recommandation du fabricant**

Consultez le manuel de votre véhicule pour connaître l'intervalle de remplacement recommandé, généralement entre 60 000 et 160 000 km ou tous les 5 à 7 ans.

**Signes d'usure**

Bruits inhabituels provenant du moteur, difficultés de démarrage, vibrations excessives ou fuites d'huile près de la courroie peuvent indiquer qu'un changement est nécessaire.

**📌** Pour toute question, n'hésitez pas à nous contacter

02 99 96 56 76  
ou  
en concession



# Indicateur de suivi

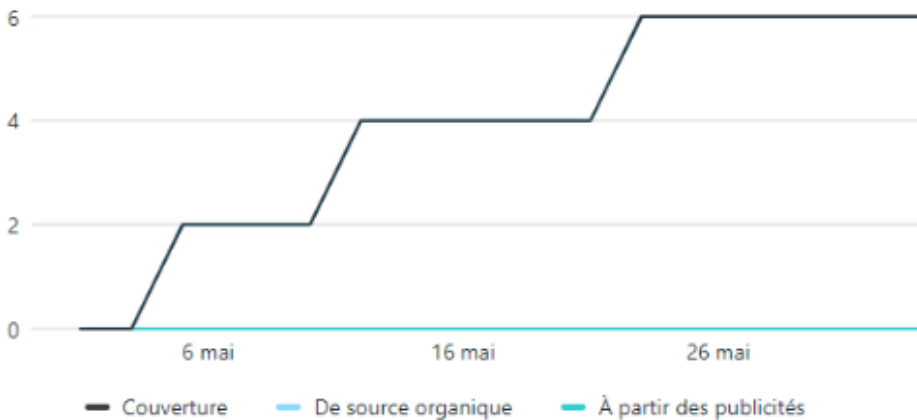
## Meta Business Suite

Relever du 04/06/2024 > 1 mai au 3 juin



### Performances

Par jour Cumulé ⓘ

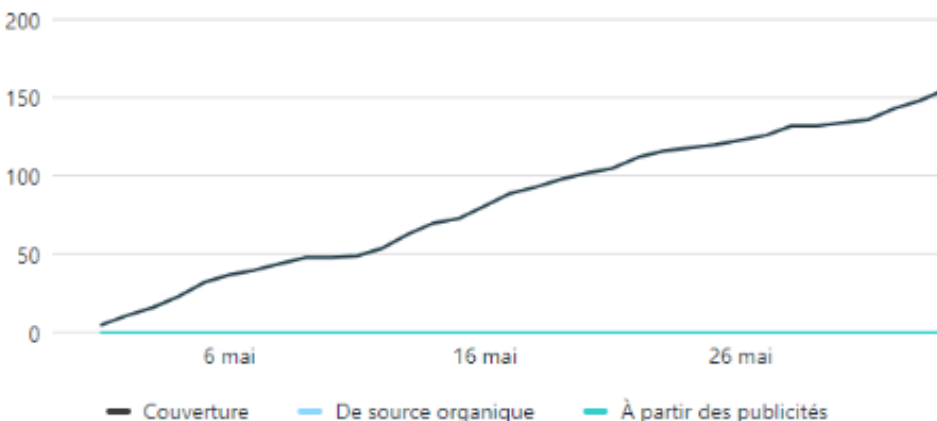


### Répartition de la couverture



### Performances

Par jour Cumulé ⓘ



### Répartition de la couverture



## Résultat attendues



Couverture	Interactions	Followers	Clics sur le lien
350	100	350	15



Impressions	Couverture	Interactions	Followers	Clics sur le lien
3000	1500	300	850	75

## Résultat réel

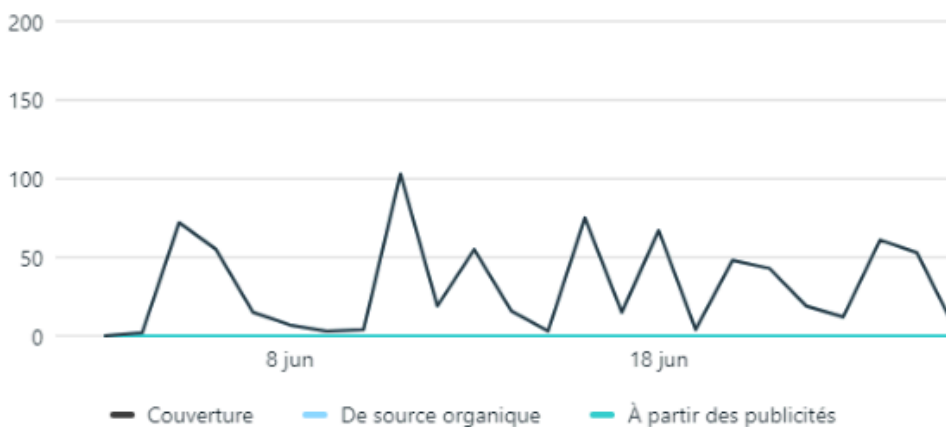
Relever du 27/06/2024 > 3 juin au 26 juin



Performances

Par jour

Cumulé



### Répartition de la couverture

Total

**205** ↑ 5,0 K %

De source organique

**205** ↑ 5,0 K %

À partir des publicités

**0** 0 %



## Performances

Par jour

Cumulé



Impressions ⓘ

3,9 K ↑ 483,3 %

Couverture ⓘ

950 ↑ 804,8 %

Interactions avec le contenu ⓘ

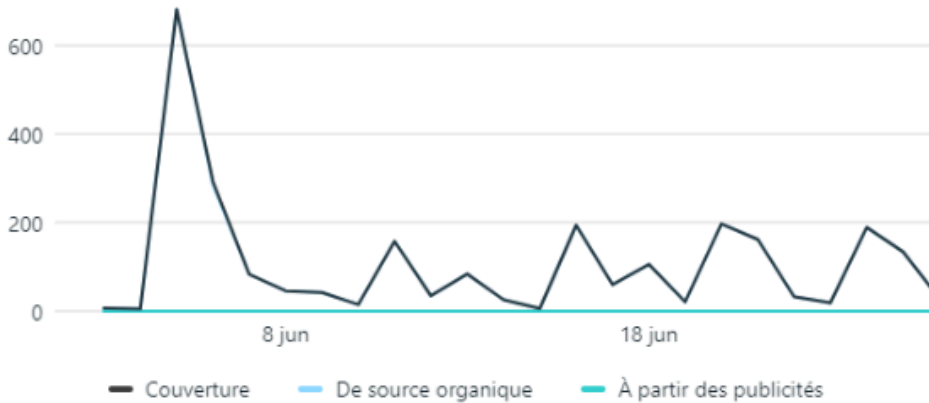
85 ↑ 100 %

Followers ⓘ

Global  
808

Clics sur un lien ⓘ

18 ↑ 100 %



### Répartition de la couverture

Total

950 ↑ 804,8 %

De source organique

950 ↑ 804,8 %

À partir des publicités

0 0 %

## Résultat réel

Après analyse des indicateurs de suivi du début (1 mai au 3 juin) de la fin (3 juin - 26 juin) on peut voir :

**+ 8 publications et 7 stories**



**+ 2**  
de followers

**+ 199**  
de couverture

**+ 65**  
d'interactions



**+ 3**  
de followers

**+ 795**  
de couverture

**+ 84**  
d'interactions

**+ 2985**  
d'impressions

**+ 18**  
de clics sur le lien


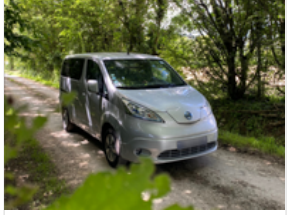



Par rapport à mes résultats attendus à laquelle j'ai visé très haut.

Instagram : au niveau des couvertures et des interactions, nous ne sommes pas très loin, mais en revanche pour les followers et les clics sur le lien, ceci est plus juste.

Facebook : les impressions ont dépassé mes attentes, sinon au niveau des couvertures, des interactions, des followers et des clics sur le lien, il y a eu une nette amélioration.

Grâce à ma stratégie de communication, Automobiles de A à Z a gagné d'avantage en visibilité et en interactions.

# Annexe 1

Automobiles de A à Z							Jour	Date	Sujet/Thème	Heure	Format	Contenu	Visuel	RS	Validé	
Juin																
L	M	J	V	S	D											
3	4	5	6	7	8	9	Lundi									
							Mardi	4	Présentation du concessionnaire	9h	Publication	<p><b>Bienvenue chez Automobiles de A à Z</b></p> <p><b>Nos Services :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Vente de véhicules neufs et d'occasions 🚗🚙</li> <li>- Entretien, réparation tous types 🔧</li> <li>- Carrosserie 🚚</li> <li>- Retrait de véhicules 🚗</li> <li>- Location de véhicules 🚗</li> </ul> <p>📄 Retrouver davantage de détails sur le site internet "www.automobilesdeaz.com" ou en concession</p> <p>#Services #Clients #VenteVoiture #VoitureOccasion #Concessionnaire #Automobilesdeaz</p>		Instagram / Facebook	✓	
							Mercredi	5	Marronnier	9h	Publication	<p><b>Célébrons la Journée Mondiale de l'Environnement !</b></p> <p><b>Protégeons notre planète 🌍</b></p> <p>👉 Aujourd'hui, nous célébrons la Journée mondiale de l'environnement en mettant en lumière l'importance de choisir des voitures d'occasion. En optant pour une voiture d'occasion, vous réduisez la demande de production de nouvelles voitures, diminuant ainsi les émissions de CO2 associées à leur fabrication.</p> <p>🌱 La réutilisation des voitures réduit les déchets et encourage une économie circulaire, où les ressources sont utilisées plus efficacement et durablement. Adoptez une conduite éco-responsable ! 🚗</p> <p>En visualisation voici le Nissan Evalia avec son moteur électrique de 109ch</p> <p>📄 Découvrez notre sélection de voitures d'occasion éco-responsables sur notre site internet "www.automobilesdeaz.com" ou en concession. Rejoignez-nous dans notre engagement pour un avenir plus vert et plus propre !</p> <p>#JournéeMondialeDeL'Environnement #PlanèteVerte #EcoResponsable #VenteVoiture #VoitureOccasion #Concessionnaire #Automobilesdeaz</p>		Instagram / Facebook	✓	
							Jeudi	6	Site internet	9h	Publication	<p><b>Nos véhicules dispo en stock</b></p> <p>Tous nos véhicules disponibles en stock en 2 clics sur notre site internet "www.automobilesdeaz.com"</p> <p>🔍 Qu'est-ce que vous y trouverez ?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Une large sélection de modèles :</b> De la Berline aux SUV mais aussi utilitaire, il y en a pour tous les goûts ! 🚗🚙🚐</li> <li>• <b>si le véhicule de vos rêves n'est pas en stock, nous proposons aussi la recherche personnalisée</b> afin de le trouver</li> <li>• <b>Des descriptions détaillées :</b> Toutes les infos techniques et équipement pour chaque voiture 📄</li> <li>• <b>Visitez notre site dès maintenant et trouvez votre prochain véhicule !</b></li> </ul> <p>#Occasions #SiteInternet #VenteVoiture #VoitureOccasion #Concessionnaire #Automobilesdeaz</p>		Instagram / Facebook	✓	
							Vendredi									
							Samedi									
							Dimanche									
10	11	12	13	14	15	16	Lundi									
							Mardi	11	Marronnier	9h	Publication	<p><b>Célébrons la Journée Mondiale du Bien-être !</b></p> <p><b>Prenez soin de votre bien-être</b></p> <p>Rappelons l'importance de choisir une voiture qui contribue à votre confort, sécurité et tranquillité. Chez Automobiles de A à Z, nous nous engageons à vous offrir des voitures d'occasion de qualité, parfaitement entretenues pour vous assurer une expérience de conduite agréable et sereine.</p> <p>📄 Découvrez notre sélection de voitures d'occasion confortables et sûres sur "www.automobilesdeaz.com" ou en concession, venez nous rendre visite et trouvez la voiture qui vous apportera bien-être et tranquillité !</p> <p>#JournéeMondialeDuBienEtre #ConfortEtSécurité #BienEtreVolant #PrenezSoinDeVous #VenteVoiture #VoitureOccasion #Concessionnaire #Automobilesdeaz</p>		Instagram / Facebook	✓	
							Mercredi									
							Jeudi	13	"le saviez-vous ?"	9h	Stories	<p><b>QUAND CHANGER LA COURROIE DE DISTRIBUTION</b></p> <p>Recommandation du fabricant</p> <p>Consultez le manuel de votre véhicule pour connaître l'intervalle de remplacement recommandé, généralement entre 60 000 et 160 000 km ou tous les 5 à 7 ans.</p> <p><b>Signes d'usure</b></p> <p>Bruits inhabituels provenant du moteur, difficultés de démarrage, vibrations excessives ou fuites d'huile près de la courroie peuvent indiquer qu'un changement est nécessaire.</p> <p>Pour toute question, n'hésitez pas à nous contacter</p> <p>02 99 96 56 76 ou en concession</p>		Instagram / Facebook	✓	
							Vendredi									
							Samedi									





# ***Automobiles***

***De A à Z***

***Stage de 7 semaines***  
***13 mai au 29 juin***

***Valentin Dubois***

***BTS COM 1***