



Vente de véhicules : la PME familiale AutoJM n'hésite pas à associer la TV aux réseaux sociaux

Publié le 24 janvier 2024 par La Revue du Digital dans Direction générale avec Aucun commentaire

AutoJM déroule une campagne de communication multi-canal

AutoJM, société familiale de vente de véhicules neufs et d'occasion, prend la parole avec un dispositif associant la TV et les réseaux sociaux. Le vendeur fait appel à Mozoo, une agence de « Social Content » spécialisée dans les stratégies de communication.

Le site d'AutoJM a été transformé afin d'améliorer la conversion

Gagner en notoriété, rassurer les acheteurs et générer du trafic web

AutoJM opère sa première campagne de communication nationale avec un triple objectif et un dispositif de contenu complet pour y répondre. La société veut gagner en notoriété au niveau national sur la cible des 45 ans et + avec un spot TV statuaire pour poser clairement la plateforme de marque. Elle veut rassurer des acheteurs frileux dans un contexte inflationniste et concurrentiel avec une saga YouTube en 4 épisodes pour découvrir le cœur de la marque.

15 publicités en social media pour générer du trafic web sur un site repensé pour améliorer la conversion

Et enfin, l'objectif est de générer du trafic sur
un site web repensé pour améliorer la conversion

en s'appuyant sur Avent Média,
du groupe Olyn

comme Mozoo, avec 15 publicités en social média. Le spot publicitaire TV, intitulé « 100 000 clients satisfaits », vise à appuyer l'expertise historique de la marque, créée en 1975. La démarche est de proposer des messages concis et incarnés par des personnages représentatifs d'une large cible aux besoins variés.

Le tout est couplé à une réalisation qui joue avec un principe de rotation. Le spot veut être à la fois précis et mémorable. Le spot est diffusé en télévision sur les chaînes nationales depuis le 15 janvier pendant 2 mois. Des versions des spots TV en 25 secondes et 6 secondes diffusées en digital complètent ce dispositif de notoriété.





Une mini série « En coulisses » est proposée sur Youtube

Un mini documentaire diffusé sur Youtube

Mozoo a également produit la saga « En coulisses » à la façon d'un mini-documentaire qui est diffusé sur Youtube pour permettre aux futurs clients de voir le savoir-faire de la marque. A ce stade, ces contenus ont généré 1,4 million d'impressions pour 400 000 vues. C'est une performance de +160% par rapport à l'objectif.

Des contenus adaptés aux réseaux sociaux visent à favoriser la compréhension des messages clés

Une série de contenus adaptés aux réseaux sociaux a été produite sous la forme de micro-trottoirs, des contenus à la façon UGC (contenus générés par les utilisateurs), trends ... Ces contenus sont destinés à favoriser la compréhension des messages clés d'AutoJM tout en générant directement du trafic qualifié sur le nouveau site web. Les mots d'ordre sont la simplicité, la proximité et l'expertise.

C'est la première campagne de communication d'envergure nationale en 25 ans pour AutoJM. Le DG d'AutoJM, Raynald Thevenet, se félicite de cette campagne de communication qu'il trouve cohérente et qui prend en compte la force et les particularités d'une marque familiale et les enjeux business. AutoJM a adopté une stratégie de contenus multi-canal. Il a fallu développer un écosystème de contenus qui réponde à tous les objectifs de la marque. Puis, la démarche a visé à allier le bon message, à la bonne production, à la bonne plate-forme et au bon format.

Une société familiale de 60 personnes

AutoJM est une société de vente de véhicules neufs et d'occasion multimarques à prix remisés. Elle a été créée en 1975. Elle réalise des ventes de véhicules neufs comme mandataire et, depuis 2021, sur les véhicules d'occasion reconditionnés et garantis. La société emploie 60 personnes. AutoJM est structuré pour livrer ses clients sur l'ensemble du territoire français ainsi qu'à l'export. Son objectif est de vendre moins cher sans sacrifier la qualité de service attendue par ses clients.





WACF
WORLD ARTIFICIAL INTELLIGENCE CANNES FESTIVAL
FEBRUARY 8-10, 2024 - Cannes, France

**THE WORLDWIDE DESTINATION
FOR AI CHANGE MAKERS**

16000 · **300** · **250** · **230**
Attendees Speakers Sessions Exhibitors

More information & registration on www.worldaiccannes.com

