

CONCESSIONS & CONSTRUCTEURS AUTOMOBILES

Facilitez le parcours
d'achat de vos prospects



73% des acheteurs déclarent fournir un effort tout au long du **processus d'achat** qui requiert une grande phase de recherche en amont, en particulier pour les véhicules électriques. Et si nous trouvions ensemble le **bon message** et la **bonne combinaison de canaux de communication** pour accompagner vos prospects dans cette phase ?



L'objectif ?

Facilitez le parcours d'achat de vos prospects, avec le bon message diffusé sur le bon canal de communication.

Comment ?

1 En captant l'attention de **cibles qualifiées**.

2 En apportant de l'information via **le 1er média consulté** en phase de sélection.

3 En axant votre message sur **les sujets qui comptent** pour les consommateurs.

Captez l'attention de cibles qualifiées

Les intentionnistes d'achat : une cible identifiée à partir de ses recherches d'informations et la consultation de petites annonces avec une récence de 0-3 mois.

- Un ciblage peut être affiné par le genre (homme/femme) et la géolocalisation
- Les données sont conformes au RGPD
- Nous vous proposons 3 supports de communication adressés :

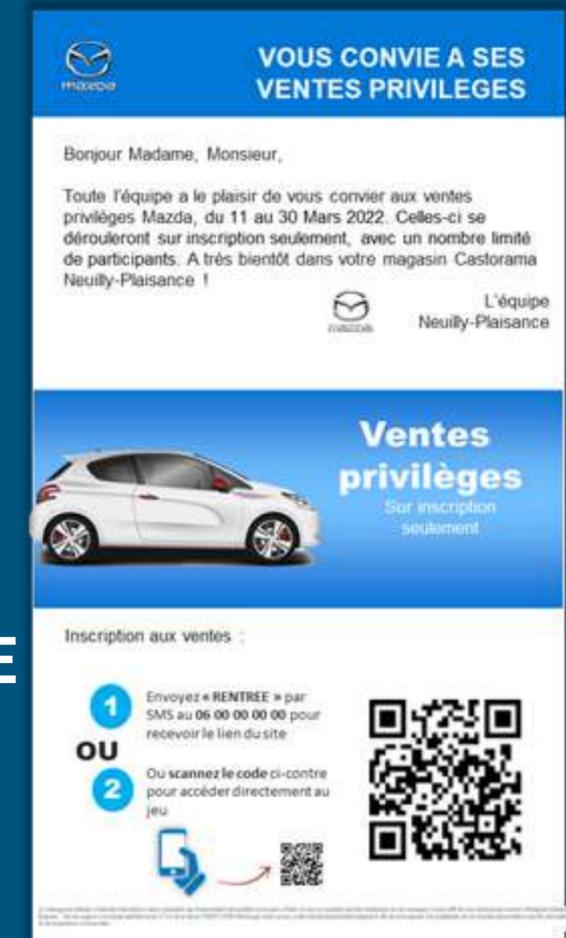


SMS
Taux de lecture de 95%



EMAIL
1er support drive-to-web

COURRIER ADRESSE
67% des exposés se souviennent du message



Captez l'attention de cibles qualifiées

Vos nouveaux voisins : 81% des Français déménagent pour des raisons personnelles et familiales : regroupement de conjoints, mariage, nouveau membre dans la famille... Autant de raisons pour acquérir un nouveau véhicule ! Ne tardez pas : la saison des déménagements débute dès juin.

Pour cela, 2 supports s'offrent à vous :



FACEBOOK / INSTAGRAM
Touchez les personnes
susceptibles de déménager

COURRIER ADRESSE
Touchez les personnes dont le
déménagement est avéré



Apportez de l'information par le 1er média consulté en phase de sélection

L'imprimé publicitaire, distribué en boîtes-aux-lettres.

Tirez avantage d'un format original, Promofolio !

- Une visibilité maximale en boîte aux lettres grâce au format jaquette qui englobe la poignée de distribution
- Une exclusivité sur votre zone de chalandise durant la semaine de distribution
- Une conservation optimisée grâce à un espace créatif (sudoku, mots mystère, conseil...)

22% des Français considèrent que l'imprimé publicitaire les aide à sélectionner une voiture neuve qui leur correspond



Prolongez l'expérience de vos lecteurs grâce à la complémentarité imprimé publicitaire / vidéo

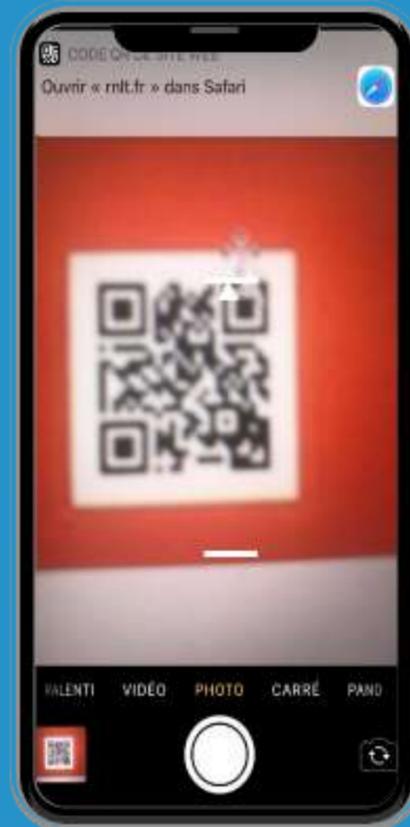
1

Le lecteur passe l'appareil photo de son smartphone sur le QR code de l'imprimé publicitaire



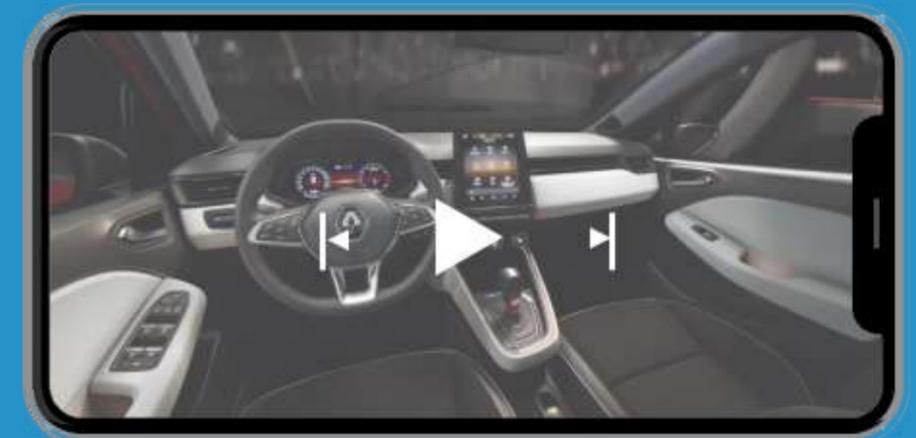
2

L'appareil photo propose au lecteur d'ouvrir un lien Youtube



3

Le lecteur peut visionner la vidéo et découvrir plus en détail le modèle du véhicule



Axez votre message sur les sujets qui comptent pour les consommateurs

1) Les critères d'achat*

78%

des Français ont la fiabilité de la marque et du modèle comme premier critère d'achat

2) La concession, point de contact essentiel en phase de sélection*

42%

des Français essayent un véhicule en concession



Envie d'en savoir plus ?
Parlons de votre projet !

09 72 72 52 10 (appel non surtaxé)
ou via notre **formulaire de contact**

