

---

# UNE STRATÉGIE PRESQUE PARFAITE : AUDI CONNECT



# PUBLICITÉ

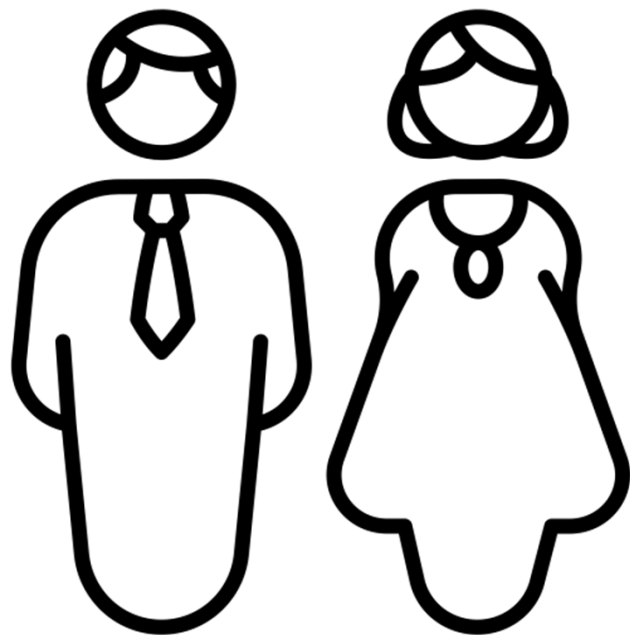
<https://www.youtube.com/watch?v=UWKdl6qMUNM>



# LA MARQUE

- ooo 1901 : August Horch
- ooo Constructeur allemand haut de gamme
- ooo Filiale du groupe Volkswagen
- ooo Directeur général actuel Rupert Stadler
- ooo Histoire du logo : les 4 membres du groupe

# PUBLIC DE LA MARQUE



CSP +

35 – 45 ans

Ambitieux

# CONCEPT MARKETING DE LA MARQUE

○○○ Innovation

○○○ 2 clubs Audi

○○○ Invitations exclusives pour les clients

○○○ Partenariat avec des équipes de football prestigieuses

# ETUDE DE MARCHE - CONCURRENCE



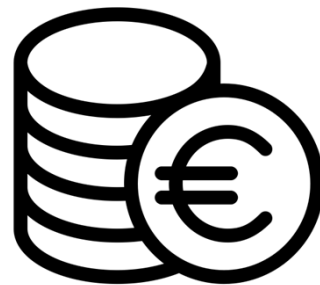
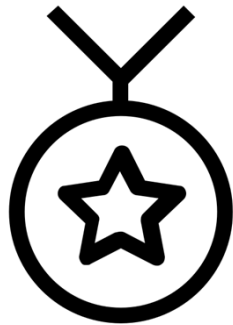
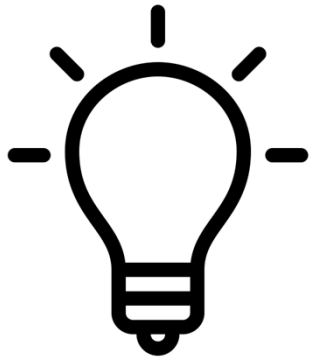
Mercedes-Benz



# PHILOSOPHIE

- Relation unique avec le client
- Bénéfice client
- Outil dématérialisé
- Reflet de l'image du conducteur

# VISION





# OBJECTIFS DE COMMUNICATION

Faire connaître

Nouveau système de freinage, caméra de recul ...

Faire aimer

Design et mises en scène : clowns

# TERRITOIRE DE COMMUNICATION

## Une vision de l'avenir

Toujours plus de performance et  
d'équipements

Evolution au fil du temps & adaptation



# Style de relation avec les clients

Confiance & proximité

« Welcome pack », mailings, clubs ...



# Composantes de personnalité

Signature de la marque :

« L'avance par la technologie »



# Composantes de personnalité

Valeurs de la marque :

La performance, le design, la qualité, l'innovation



# Composantes de personnalité

Contenus et cohérence des messages :

Valeurs, image et positionnement de la marque

Sobriété, élégance, innovations technologique et design



# Composantes de personnalité

Style et ton des campagnes :

Haut de gamme, légèrement décalé, brise les codes de la communication des voitures de luxe



# Composantes d'identification

Logo :

En bas à droite



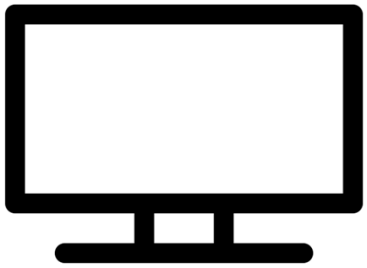


# Composantes d'identification

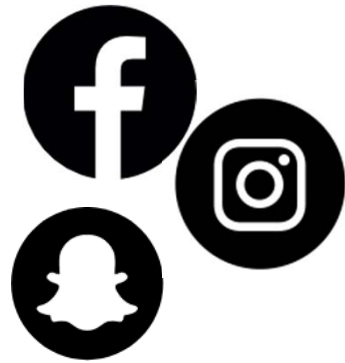
Code couleur :

Sobres (noir, rouge, gris et argent)

# STRATÉGIE MEDIA



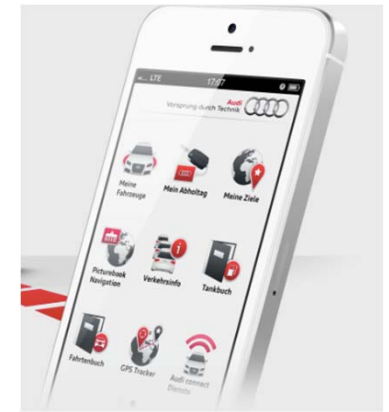
TV



Réseaux sociaux

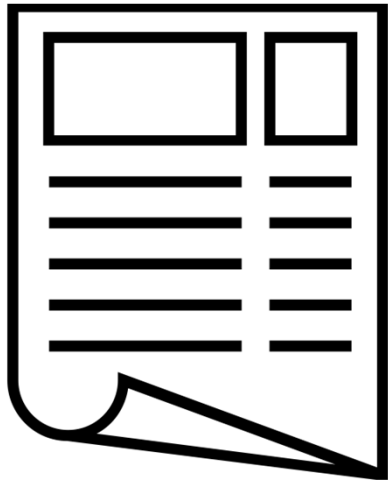


Spot publicitaire



« My Audi »

# STRATÉGIE HORS-MEDIA



Communiqué de presse



Showroom futuristes



Utilisateurs  
nomophobes

# RESULTATS

D'après nous :

- ∞ Les performances reflètent tout à fait la personnalité et l'image de la marque
- ∞ Le prix est justifié quant aux caractéristiques du produit
- ∞ #Audi, #Q3 et #ClownProof ont été repris plusieurs fois sur les réseaux sociaux