



Institut Supérieur d'Informatique,
de Modélisation et de leurs Applications



Dongfeng Peugeot Citroën
Automobile Company Ltd

Rapport de Management de Projet 3^{ème} année

Rapport Personnel

Diffusion Marketing en Direct de Peugeot Citroën en Chine

Présenté par : Ao XIE – F2

Responsable ISIMA : M. Patrice LOURENÇOT

Responsable DPCA : Mme. Lu CHEN

*Date d'évènement
31 Décembre 2024*

Table des matières

1.	<i>INTRODUCTION</i>	1
2.	<i>Role et responsabilites</i>	1
2.1	Sélection et Analyse de la Liste des Médias	1
2.2	Recueil d'informations techniques	2
2.2.1	Collecte d'informations multicanaux	2
2.2.2	Rassemblement systématique et présentation structurée	2
2.3	Évaluation de l'efficacité de la diffusion	3
3.	<i>Analyse critique</i>	3
3.1	Analyse des points forts	3
3.2	Analyse des faiblesses	3
2.3	Axes d'Amélioration	4
4.	<i>CONCLUSION</i>	4

1. INTRODUCTION

Avec le développement continu du marché automobile chinois et le changement des habitudes d'achat des consommateurs, les méthodes traditionnelles de publicité et de promotion ont été progressivement remplacées par des méthodes de marketing numérique. Dans ce contexte, DPCA a lancé le projet « Diffusion Marketing en Direct de Peugeot Citroën en Chine » en combinant les plateformes médiatiques émergentes, en utilisant le démontage en direct des voitures pour non seulement présenter visuellement les avantages des produits et les points forts techniques, mais aussi répondre aux questions des utilisateurs potentiels en temps opportun, créant ainsi des effets de communication de bouche-à-oreille dans un marché hautement concurrentiel. L'utilisation du démontage de voitures en direct permet non seulement de présenter visuellement les avantages des produits et les points forts techniques, mais aussi de répondre aux questions des utilisateurs potentiels en temps opportun et de créer un effet de bouche-à-oreille, ce qui permet à l'entreprise de se démarquer sur un marché hautement concurrentiel.

L'objectif de ce rapport est d'examiner et de réfléchir à ma contribution personnelle au projet. Le rapport détaillera les principaux éléments de mon travail et de ma méthodologie, en se concentrant sur les stratégies d'évaluation utilisées dans les processus de sélection des médias et d'intégration des informations techniques, et sur la manière dont elles ont contribué au succès de l'ensemble de l'événement en direct. En même temps, en analysant les succès et les lacunes du projet, je ferai des recommandations pour l'améliorer, dans le but d'obtenir une exécution plus efficace et plus précise des projets futurs.

2. ROLE ET RESPONSABILITES

L'objectif de cette section est de fournir une vue d'ensemble de la contribution de l'individu au projet. Elle comprendra des éléments spécifiques du travail, les effets de la mise en œuvre et l'impact sur l'avancement global du projet.

2.1 Sélection et Analyse de la Liste des Médias

Sur la base de la liste de 50 médias fournie par DPCA, ma tâche consistait à effectuer une analyse approfondie de l'audience de chaque média en fonction des objectifs de communication et, sur cette base, à réduire raisonnablement le nombre de médias à inviter. La liste comprenait des médias, des blogs professionnels, des célébrités en ligne et des forums industriels, etc. Il était donc important de prendre en compte les caractéristiques de chaque dimension dans le processus de sélection afin de s'assurer que le mix média final puisse atteindre efficacement le public cible et maximiser l'effet de la communication.

À cette fin, j'ai d'abord collecté et organisé des données sur chaque média, y compris le nombre d'adeptes, la composition de l'audience, la qualité de la couverture historique et les données d'interaction. Ensuite, j'ai établi un système d'évaluation combinant des aspects quantitatifs et qualitatifs, dont les principaux indicateurs sont les suivants :

- Adéquation de l'audience : évaluer si la base de fans et de lecteurs de chaque média est hautement compatible avec l'audience cible du projet.
- Influence : considérer des données quantitatives telles que l'exposition du média, le taux de retweet et le nombre de likes sur les plateformes sociales, reflétant leurs effets de communication.
- Qualité du contenu : analyser l'originalité, le professionnalisme et la profondeur du contenu publié par le média afin de garantir l'autorité des informations diffusées.
- Interactivité : observez la fréquence des commentaires, des partages et des interactions des utilisateurs pour comprendre l'adhérence entre les médias et le public.
- Crédibilité : vérifier la crédibilité des médias à l'aide de rapports historiques et de données de tiers afin d'éviter toute interférence de la part de faux fans ou du comportement de robots.

Sur la base des paramètres susmentionnés, j'ai procédé à une première évaluation quantitative de 50 médias et l'ai combinée à un audit qualitatif afin de sélectionner 32 médias ayant d'excellentes performances. Afin de garantir l'exactitude et l'applicabilité des résultats de la présélection, j'ai ensuite communiqué en détail avec Mme Lu CHEN et, par le biais d'une discussion et d'un examen manuel, j'ai reconfirmé les données et les performances réelles de certains médias, pour finalement déterminer que 29 médias étaient retenus dans la liste d'invitations.

2.2 Recueil d'informations techniques

Pour soutenir la présentation des points forts techniques de la Citroën C5X lors de l'événement, j'ai dû procéder à la collecte et à l'organisation des données techniques, dans le but de fournir des informations détaillées et précises à l'équipe de projet et aux ingénieurs de terrain. Plus précisément, j'ai pris les mesures suivantes.

2.2.1 Collecte d'informations multicanaux

Tout d'abord, les derniers communiqués de presse officiels et les notes techniques ont été obtenus sur les sites officiels de Citroën et de ses concessionnaires. Parallèlement, les médias automobiles grand public et les blogs professionnels ont été consultés pour recueillir des rapports sur l'application technique et l'expérience utilisateur de la Citroën C5 X, et pour comprendre l'évaluation par le marché des caractéristiques techniques du modèle. Afin d'ajouter plus de détails techniques, des informations détaillées sur les performances du moteur, le réglage du châssis et les configurations de sécurité sont extraites des documents techniques pour s'assurer que les informations couvrent tous les paramètres techniques clés.

2.2.2 Rassemblement systématique et présentation structurée

Après avoir obtenu des informations pertinentes de diverses sources, j'ai classé et organisé toutes les informations. J'ai classé et résumé les informations en fonction des paramètres techniques, des points forts de l'innovation, de l'expérience de l'utilisateur et d'autres dimensions, et j'ai comparé et vérifié les informations provenant de différentes sources. Afin de faciliter l'explication sur place et l'accès rapide, j'ai organisé les informations dans un document de présentation.

2.3 Évaluation de l'efficacité de la diffusion

À la fin du projet, j'ai été chargée de fournir un résumé complet des informations diffusées en ligne. Pour ce faire, j'ai dû collecter et rassembler des données provenant d'un certain nombre de sources, dont les principales plateformes de médias sociaux, les sites d'information, les forums et les commentaires des utilisateurs. Plus précisément, j'ai utilisé les outils de collecte de données et la fonction statistiques de la plateforme pour recueillir le niveau de discussion sur les sujets liés au projet. J'ai ensuite analysé et évalué quantitativement ces données et comparé la couverture médiatique du projet et l'engagement des utilisateurs sur les différents canaux.

3. ANALYSE CRITIQUE

Dans cette section, les forces et les faiblesses du projet sont résumées et les possibilités d'optimisation sont analysées.

3.1 Analyse des points forts

Dans ce projet, une approche multidimensionnelle et systématique a été adoptée pour la sélection et l'analyse des médias, la collecte et la compilation des informations techniques et l'évaluation des effets de la communication en réseau. Grâce à un système d'évaluation combinant des évaluations quantitatives et qualitatives, les médias sont analysés sous de multiples angles, tels que l'adéquation au public, l'influence, la qualité du contenu, l'interactivité et la crédibilité, ce qui permet de s'assurer que les médias sélectionnés couvrent bien le public cible. Dans le même temps, les informations provenant de multiples canaux de fonctionnaires, de médias et d'utilisateurs ont été largement collectées, structurées et présentées sous forme graphique, ce qui a considérablement renforcé l'autorité et la lisibilité des informations techniques. L'évaluation globale fondée sur les données a rendu la mise en œuvre de l'ensemble du projet hautement scientifique et pratique, et a joué un rôle positif dans la promotion globale du projet.

3.2 Analyse des faiblesses

Malgré la rigueur méthodologique du projet, certaines lacunes subsistent. Tout d'abord, certaines informations dans le processus de collecte des données ne sont pas mises à jour en temps voulu, ce qui peut affecter la précision des résultats de l'évaluation. Deuxièmement, la pondération des indicateurs dans le système d'évaluation est quelque peu subjective, ce qui peut conduire à l'omission ou à la sous-estimation de certains supports de qualité ou d'informations clés. En outre, l'examen manuel repose principalement sur l'avis d'un seul expert, ce qui laisse une marge d'amélioration en termes d'objectivité et d'exhaustivité, tandis que l'intégration et la vérification d'informations provenant de canaux multiples prennent du temps, ce qui augmente la charge de travail globale. Enfin, les données obtenues au cours de l'analyse des données étaient limitées et ne donnaient pas d'indication sur les changements de données sur l'internet avant et après la mise en œuvre du projet.

2.3 Axes d'Amélioration

Malgré la rigueur méthodologique générale du projet, le processus de mise en œuvre a présenté plusieurs lacunes. Premièrement, certaines informations de la session de collecte de données n'ont pas été mises à jour en temps voulu, ce qui peut avoir un impact négatif sur l'exactitude des résultats de l'évaluation ; deuxièmement, il existe un certain degré de subjectivité dans l'attribution des poids des indicateurs dans le système d'évaluation établi, ce qui peut conduire à l'omission ou à la sous-estimation de certains médias de haute qualité ou d'informations clés dans le processus de filtrage. En outre, le lien d'examen manuel repose principalement sur l'avis d'un seul expert, ce qui entraîne un manque d'objectivité et d'exhaustivité, tandis que l'intégration et la vérification des informations provenant de canaux multiples prennent du temps, ce qui augmente la charge de travail globale. Enfin, la quantité limitée de données obtenues au cours du processus d'analyse des données n'a pas permis de refléter pleinement les changements dans les données de communication sur Internet avant et après la mise en œuvre du projet, ce qui a affecté l'évaluation approfondie de l'efficacité globale du projet.

4. CONCLUSION

Ce projet était centré sur la « Diffusion Marketing en Direct de Peugeot Citroën en Chine », mettant en valeur les produits et les points forts techniques par le biais de nouveaux médias afin d'obtenir une communication précise. J'étais responsable de trois tâches principales : premièrement, sélectionner 29 médias cibles par des méthodes quantitatives et qualitatives sur la base de la liste de 50 médias fournie par DPCA ; deuxièmement, collecter et rassembler des informations techniques multicanaux pour soutenir la démonstration sur place des points forts technologiques de la Citroën C5X ; et troisièmement, collecter et analyser des données sur l'efficacité de la communication en ligne après l'événement, afin de fournir une base pour l'optimisation du projet à l'avenir.

Dans l'ensemble, le projet a adopté une approche scientifique et systématique qui a permis de garantir la précision de la sélection des médias ainsi que l'exhaustivité des informations techniques et la profondeur de l'évaluation de l'effet de communication. Toutefois, des problèmes subsistent : mise à jour tardive des données, forte subjectivité dans l'attribution des pondérations des indicateurs, recours à l'avis d'un seul expert pour la révision manuelle et collecte insuffisante de données dans le processus de mise en œuvre. À l'avenir, la précision, l'objectivité et l'efficacité du travail pourront encore être améliorées grâce à l'introduction d'outils d'automatisation et de mise à jour des données en temps réel, à l'optimisation du système d'évaluation, à la participation accrue d'experts intersectoriels et à la mise en place d'une base d'informations dynamique.