



**TOYOTA**

# PLAN

- INTRODUCTION
- SIGNIFICATION DU LOGO
- LE CONCEPT DE L'ARBRE
- POLTRIQUE RH
- OBJECTIF
- CATEGORIES DE MODÈLES TOYOTA
- LE PLAN MARKETING
- CONCLUSION



# INTRODUCTION

---

TOYOTA est l'un des plus grands constructeurs automobiles avec 7,4 millions de véhicules vendus chaque année sur les cinq continents. Grâce à son engagement envers sa clientèle et sa constante recherche d'amélioration, d'innovation de ses véhicules Toyota occupe une place de leader sur le marché de l'automobile en Asie, possède l'avantage exceptionnel d'être la marque japonaise la mieux vendue aux Etats-Unis et d'être numéro un en Europe. Afin de saisir pleinement les valeurs et principes exclusifs qui gouvernent l'entreprise, il est intéressant de revenir sur son passé, point de départ idéal pour illustrer un tournant dans l'histoire de l'automobile. L'histoire de Toyota commence à la fin du 19e siècle avec l'invention par Sakichi TOYODA du premier métier à tisser automatique au Japon, une machine qui contribue à révolutionner l'industrie textile du pays. Kichiro TOYODA prolongera les innovations de son père dans un secteur industriel différent mais qu'il aura appréhendé en Europe et aux Etats Unis dans les années 1920, l'Automobile. Réutilisant les savoirs faire acquis dans les métiers à tisser, il fonde en 1937 la Toyota Motor Corporation. Grâce aux apports de Taiichi OHNO, Toyota rentre dans l'histoire en proposant un système de production unique et reconnu comme le plus efficient au monde : « le juste à temps ».





# SIGNIFICATION DU LOGO

---

La version actuelle du logo est introduite en 1989. Le logo se compose de trois ellipses symbolisant le mouvement, les roues et la vitesse. Ces ellipses, une fois réunies devant symboliser l'unité du groupe Toyota. On remarque évidemment que le dessin forme la lettre T, première lettre de Toyota

er Partager...

The infographic depicts a tree where the trunk and roots represent the foundational elements of the Toyota Way, while the canopy represents various business goals and challenges. The roots are divided into four quadrants: VALEURS (Values), PRÉCEPTES (Precepts), PRINCIPES (Principles), and PHILOSOPHIE (Philosophy). The trunk is labeled TOYOTA WAY. The canopy is filled with green leaves, each containing a specific goal or challenge in French. Surrounding the tree are several white circular icons, each with a black plus sign, representing additional concepts or tools. The background features a stylized city skyline at the bottom.

TOYOTA WAY

VALEURS PRÉCEPTES

PRINCIPES PHILOSOPHIE

Les défis de la planète?

RESPECT

L'engagement pour la qualité

Des DÉFIS ambitieux.

On peut aller TOUJOURS PLUS LOIN.

La solution la plus sûre et la plus responsable pour se déplacer.

MOBILISER LE TALENT

LA NOUVELLE INNOVATION continue.

JOUER UN RÔLE DE PIONNIER

L'AVENIR de la mobilité

---

es arbres sont naturellement forts — ils sont utiles, durables, et continuent de croître pendant des centaines d'années. Nos principes sont comme les racines des arbres, parce que tout ce que nous faisons est enraciné dans nos croyances. De là, les racines vastes et sûres soutiennent le tronc d'arbre - la force et la stabilité de Toyota. Les branches mènent aux douze fruits de notre vision, l'arbre soutenant le tout, une métaphore de la façon dont nous nous rassemblons pour réussir. Et l'arbre s'épanouit dans son environnement; un endroit rempli de personnes – de clients Toyota à travers le monde.

# NOTRE POLITIQUE RH

La vision d'entreprise et les principes directeurs qui nous définissent, Toyota montrera la voie vers le futur de la mobilité, enrichissant la vie dans le monde entier à travers les moyens les plus sûrs et les plus responsables de se déplacer. Grâce à notre engagement envers la qualité, l'innovation constante et le respect de la planète, nous visons à dépasser les attentes et à être récompensés par un sourire. Rejoignez-nous LA VISION TOYOTA. Toyota entend jouer un rôle de leader dans la mobilité de demain, en proposant les outils et services permettant à chacun de se déplacer librement de la manière la plus sûre et la plus responsable, et en dépassant les attentes des clients afin de leur donner le sourire.

A close-up, artistic photograph of a car's speedometer. The speedometer has a black face with white markings and numbers. The needle is a bright orange color and is pointing to the 220 mark. The numbers 100, 120, 140, 160, 180, 200, 220, 240, and 260 are visible. The image is partially obscured by a white vertical line on the right side.

# OBJECTIF

---

Nos objectifs incluent généralement la recherche constante de l'innovation technologique, le développement de véhicules écoénergétiques, la promotion de la durabilité environnementale, et l'engagement envers la qualité et la fiabilité. Toyota vise également à répondre aux besoins changeants du marché tout en maintenant une réputation solide pour la satisfaction du client et en contribuant au bien-être social.



# CATEGORIES DE MODÈLES TOYOTA

Comme categories de marque Toyota, nous en avons huit (8):

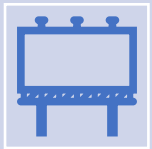
- 1. Berlines**
- 2. Vehicules Compact et sous-compact**
- 3. SUV (Vehicules Utilitaires Sportifs)**
- 4. Crossovers**
- 5. Pick-ups**
- 6. Vehicules Hybrides**
- 7. Vehicules electriques**
- 8. Vehicules de Luxe**



# LE PLAN MARKETING



**1. Segmentation du marché** : Toyota vise différents segments de marché en proposant une gamme diversifiée de véhicules, des voitures compactes aux SUV et camions.



**2. Positionnement de la marque** : Toyota est souvent positionnée comme une marque axée sur la qualité, la fiabilité et l'innovation technologique, mettant l'accent sur l'efficacité énergétique avec sa gamme de véhicules hybrides.



**3. Stratégie produit** : Toyota lance régulièrement de nouveaux modèles, mettant à jour les designs et intégrant des fonctionnalités technologiques avancées pour rester compétitive sur le marché.

# LE PLAN MARKETING

---

4. **Stratégie de communication** : Toyota utilise divers canaux de communication, y compris la publicité télévisée, les médias sociaux, et la participation à des événements internationaux, pour promouvoir sa marque et ses produits.

---

5. **Durabilité** : Toyota met l'accent sur la durabilité et le respect de l'environnement, en mettant en avant ses initiatives dans le domaine des véhicules à faibles émissions et des technologies écoénergétiques.

---

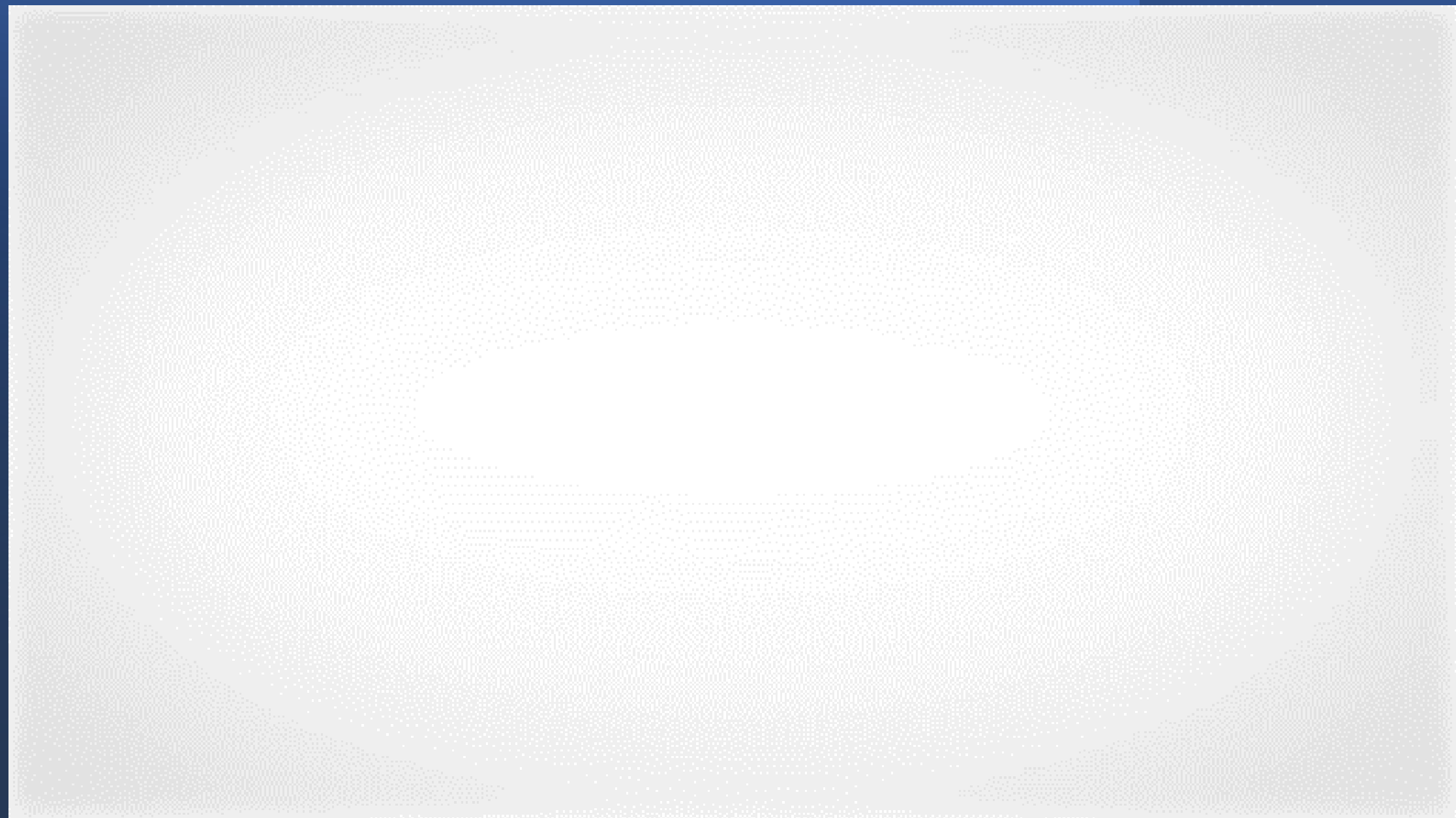
6. **Service client** : La satisfaction du client est une priorité, avec des programmes de service client, des garanties et une attention particulière à la qualité de fabrication.

# CONCLUSION

---

Toyota se distingue en tant que leader mondial de l'industrie automobile grâce à une combinaison de qualité, d'innovation et d'engagement envers la durabilité. Avec une gamme diversifiée de modèles répondant aux besoins variés des consommateurs, la marque s'adapte aux évolutions du marché. L'innovation technologique et la responsabilité sociale, positionne Toyota comme un acteur incontournable. À travers son plan marketing stratégique, Toyota continue de forger des liens solides avec les consommateurs, consolidant ainsi sa réputation et son influence dans l'industrie automobile mondiale.







---

**TOYOTA TOUJOUR**

**PLUS LOIN !!!**

---