

Dossier Stratégie de communication & marketing

RENAULT MEGANE E-TECH 100% ÉLECTRIQUE



YAX Romain

CHENOT Fantine

HANDAL NUNEZ Valeria

RUBEO-LISA Antoine

Fantine : Benchmark, personas, analyse du marché, définition de la marque, rétro-planning

Antoine :stratégie, audits, visuels

Romain : Cahier de charges, recherche, publicités visuelles, visuels

Valeria : Cahier de charges, histoire de la marque, mise en page, visuels

Notre stratégie de communication proposée promouvrà un des automobiles les plus modernes de la marque Renault : la Mégane E-Tech 100% électrique. Avant de s'attaquer à celle-ci, l'historique de l'entreprise sera présenté. La stratégie va avant tout s'appuyer sur un partenariat entre notre marque et plusieurs grands groupes possédant des cinémas. Notre collaboration a comme objectif de rendre ces deux marques attrayantes et séduisantes pour le public. Le dossier va démontrer la mise en place de cette stratégie de communication, tout d'abord, au travers du cahier des charges* (annexe).

Une mise au point sera faite dans celui-ci pour présenter les valeurs directrices de notre marque, son identité et expliciter clairement les principes et les fondations de celle-ci. En ce qui concerne nos objectifs de communication, ils porteront tout d'abord sur l'image et les bénéfices de la marque. Par rapport au domaine commercial, on fera un point sur les partenariats entre Renault et les influenceurs ainsi que sur la dépollution provoquée par nos voitures. Notre dernier objectif est notre objectif publicitaire basé sur l'offre qui naît du partenariat en question. Ces objectifs SMART définis, les utilisateurs que nous souhaitons atteindre au travers de notre démarche marketing seront présentés. Avec ceux-ci sera étudié un de nos principaux concurrents : Peugeot. Nous visons d'étudier les forces de notre concurrent ainsi que ses faiblesses pour apprendre quelles sont nos démarches correctes et celles à améliorer. Le SWOT effectué en parallèle pourra nous aider à trouver la manière dont nous pouvons tirer parti de ces forces et de ses faiblesses. Les besoins et les motivations des internautes sur les réseaux sociaux seront analysés sur les différentes plateformes par rapport à un audit des réseaux sociaux et du site web. Il aura aussi pour objectif, en plus d'identifier les besoins de l'utilisateur sur les réseaux sociaux, de prévoir comment nous pourrions adapter notre stratégie marketing en

fonction de la charte éditoriale des autres marques, en particulier celle de notre concurrent.

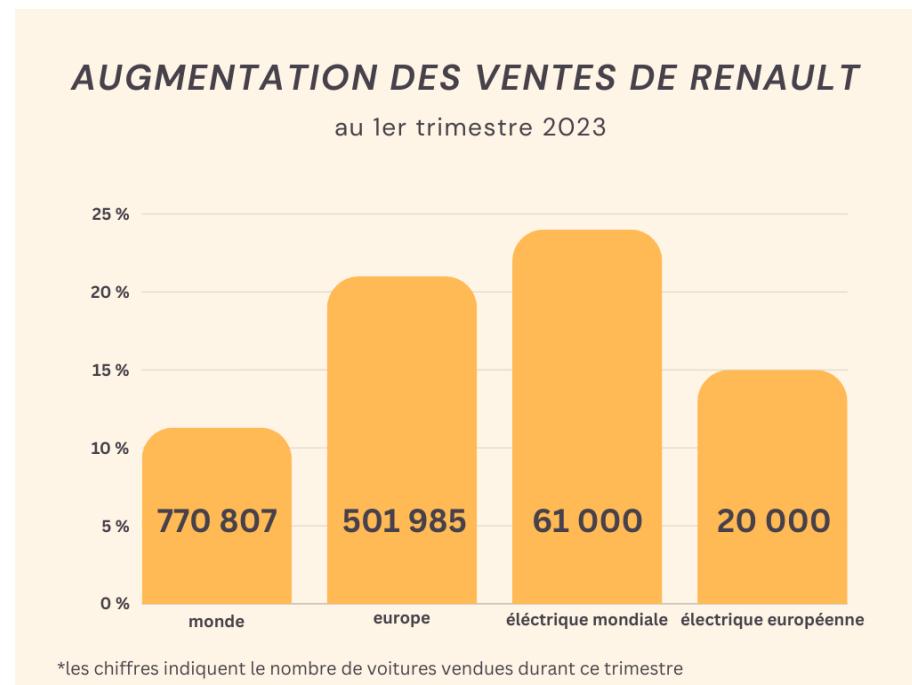
Ensuite, les 4P seront présentés (produit, prix, place, promotion). Finalement, on se concentrera sur la production de nos publicités et un retroplanning sur notre stratégie.

Historique de l'entreprise

Définition de la marque

La marque Renault est une entreprise multinationale française spécialisée dans la fabrication et la distribution de véhicules automobiles. Fondée en 1899 par Louis Renault, elle est reconnue mondialement pour sa longue histoire dans l'industrie automobile, son innovation technologique et sa diversification de produits, allant des voitures particulières aux véhicules utilitaires. Renault a établi sa présence sur les marchés internationaux et s'est forgé une réputation en tant que marque emblématique, associée à la qualité, à l'ingénierie avancée, et à des modèles emblématiques tels que la Renault Clio, la Renault Mégane, ou encore la Renault Captur. La marque a également été pionnière dans le domaine de l'électrification des véhicules avec sa gamme de voitures électriques et hybrides, témoignant de son engagement envers l'innovation durable.

Analyse du marché



Renault a commercialisé 770 807 véhicules neufs au premier semestre 2023 dans le monde, soit une progression de 11,3 %.

En Europe, Renault a commercialisé 501 985 voitures et utilitaires sur le premier semestre 2023, soit un bond de 21 %. **Le Vieux Continent accapare 64 % de ses ventes mondiales.** Le marché français représente à lui seul une vente sur quatre (part de 25,4 %).

La marque revendique **la deuxième place des ventes sur le marché européen**. Elle a enregistré ses plus fortes croissances au Royaume-Uni (+ 61 %), aux Pays-Bas (+ 58 %), en Espagne (+ 47 %) et en Italie (+ 35 %).

Renault confirme également sa position de leader sur le marché des véhicules électrifiés grâce à une augmentation de 24 % de ses ventes (61 000 unités vendues). La gamme de voitures électriques et hybrides représente désormais 38 % des ventes de véhicules à particuliers de Renault en Europe au premier trimestre, alors que la moyenne du marché est de 34 %. Le constructeur est donc parvenu à **augmenter de 15 % les immatriculations de ses véhicules électriques en Europe** (20 000 unités), à l'instar de celles des véhicules entièrement hybrides qui ont connu une hausse de 42 %, à 38 400 unités.

Sur le segment des autos électriques, notre Mégane E-Tech, commercialisée en année pleine en 2023, a engrangé plus de 23 000 ventes au premier semestre. À partir du second semestre 2023, **le modèle sera lancé en Turquie et au Brésil**, deux des trois principaux marchés de Renault dans le monde

Les 15 marchés mondiaux de Renault à fin juin 2023

Classement	Marchés	Volumes (en unités)	Pénétration VP+VU (en %)
1	FRANCE	198 954	18,4
2	TURQUIE	58 705	10,6
3	BRÉSIL	52 981	5,7
4	ITALIE	48 919	5,2
5	ESPAGNE+ÎLES CANARIES	43 994	7,6
6	ALLEMAGNE	39 626	2,6
7	ROYAUME-UNI	33 076	2,9
8	INDE	29 411	1,3
9	ARGENTINE	24 999	11,3
10	BELGIQUE+LUXEMBOURG	23 310	7,1
11	MEXIQUE	22 207	3,6
12	PAYS-BAS	17 756	7,4
13	POLOGNE	15 584	5,8
14	COLOMBIE	14 785	18,2
15	MAROC	13 488	16,6

* Périmètre = Renault+Renault Korea Motors et VP+VU

Objectifs SMART

OBJECTIFS S.M.A.R.T



OBJECTIFS COMMERCIAUX	OBJECTIFS POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX	OBJECTIFS PUBLICITAIRES	INDICATEURS
Augmenter le nombre de bornes achetées et augmenter la fréquentation des cinémas	Augmenter le trafic sur les réseaux démontrer l'avantage de posséder une voiture de la marque renault modèle Megane	Publicité dans les salles de cinéma pour informer les spectateurs sur les offres du partenariat	Les statistiques de trafic utilisateurs, le pourcentage d'augmentation d'achat des voitures de Renault Mégane garées devant les cinémas
Accroître le nombre de ventes de la Renault Mégane électrique de 15 % dans les 3 mois.	Partenariat avec des influenceurs cinéastes	Informier le monde de l'avantage d'exclusivité lié à l'offre	Nombre de ventes
Valoriser l'image écologique du groupe Renault	Publication sur les résultats de dépollution grâce aux voitures Renault	Les personnes souhaitant faire une bonne action pour la planète seront incitées à acheter la voiture	Statistiques sur les RS (likes, commentaires positifs, publication) Apparition sur des top de marques écologiques.
Augmenter le nombre d'achats des bornes électriques	Vendre l'utilisation des bornes gratuites avec la voiture	Augmenter la consommation des voitures et des bornes	Nombre de ventes et consommation électrique des bornes
Augmentations de la part de marchés dans le domaine des voiture électrique de renault de 5%	Promouvoir les aspects positifs de la voiture dans les publicités	Attirer le public visé (spectateurs au cinéma, les personnes qui se retrouvent face aux publicités...)	Le chiffre de ventes

Personas



Karine

Age : 30 ans
Profession : Institutrice
Lieu de vie : Campagne
Salaire : 3200 €

VALEURS

- Écologiste, soucieuse de l'avenir
- Le bien être de ses enfants passe avant tout

PERSONNALITÉ

- Enjoué
- Dynamique
- Bienveillante

ENVIE POUR SA VOITURE

- Beauté
- Confort
- Puissance

Karine recherche un véhicule pour faire ses trajets maison-école-boulot. Elle veut une voiture en accord avec ses valeurs et recherche donc une voiture électrique fiable et pratique pour tous ses trajets quotidiens.



Olivier

Age : 56 ans
Profession : Directeur d'entreprise
Lieu de vie : Ville
Salaire : 5600 €

VALEURS

- Tout doit se mériter
- L'ambition est la clé de la réussite

PERSONNALITÉ

- Conscienctieux
- Droit
- Travailleur

ENVIE POUR SA VOITURE

- Beauté
- Confort
- Puissance

Olivier recherche une voiture puissante et nouvelle. Il souhaite avoir une électrique car il pense que c'est l'avenir de l'automobile. Il veut une voiture puissante et fonctionnelle pour ses déplacements professionnel.

SWOT

	POSITIF	NEGATIF
Origine Interne	Forces Economie Bornes nombreuses Ecologie et faibles coûts Fiabilité.	Faiblesses Silence du moteur (pour les piétons et pour les amoureux de la mécanique) Pollution à la fabrication du véhicule Recyclage de la batterie
Origine Externe	Opportunités Nombre de bornes qui augmentent en France Prime à la reconversion Voitures électriques obligatoire dans les villes.	Menaces Concurrences grandissantes Augmentation du prix de l'électricité.

Benchmark

Concurrent Principal

concurrent

Peugeot e-308



📅 Sortie: 2023

Marché cibles:
▪ urbain ☀
▪ écologie ☀

⌚ Avantages: Qualité des finitions

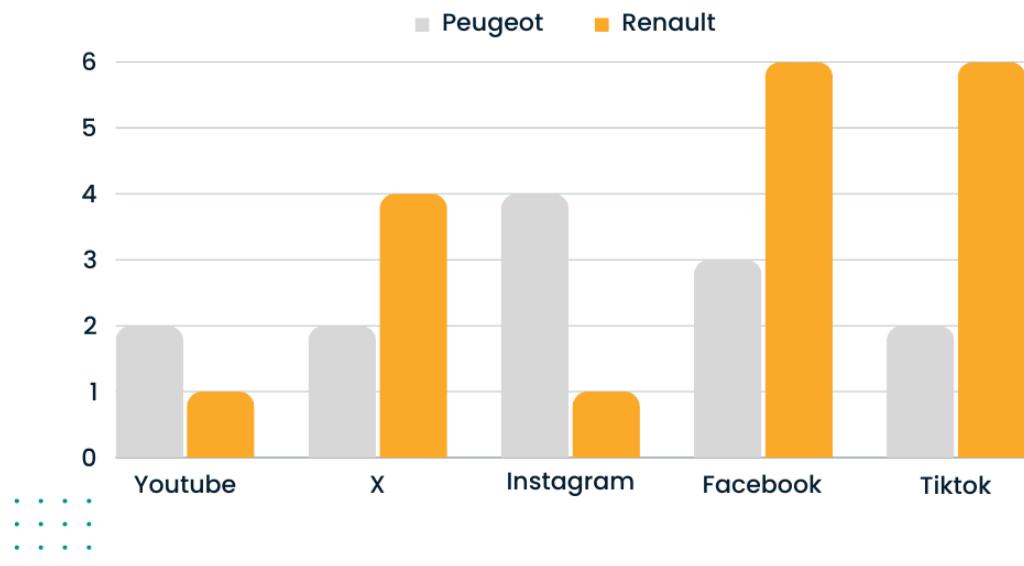
Forces
▪ ergonomie
▪ confort
▪ finition
▪ prix inférieur
▪ bornes offertes

Faiblesses
▪ puissance
▪ autonomie
▪ recharge

Benchmark réseaux sociaux (double diagramme)

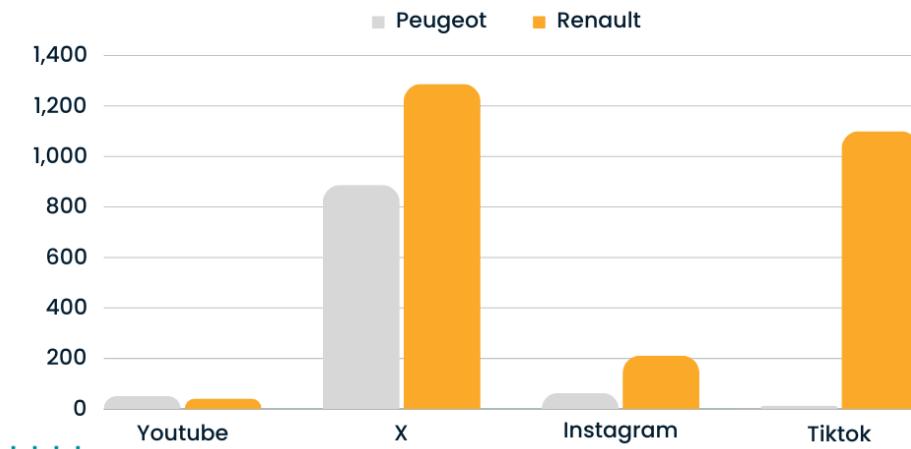
FRÉQUENCE DE PUBLICATION

(Par semaine)



ABONNÉS

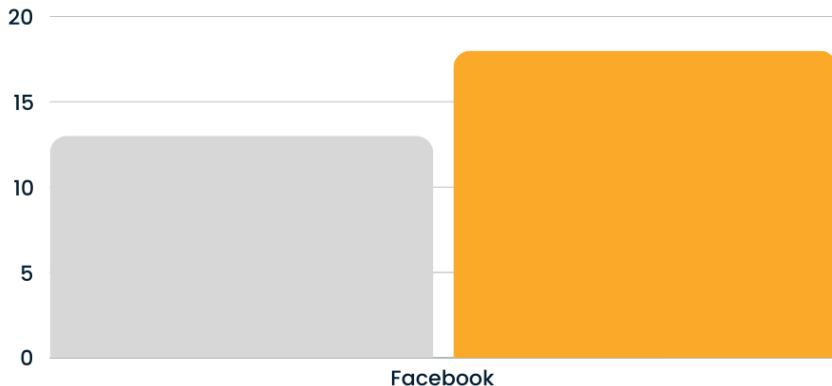
(en milliers)



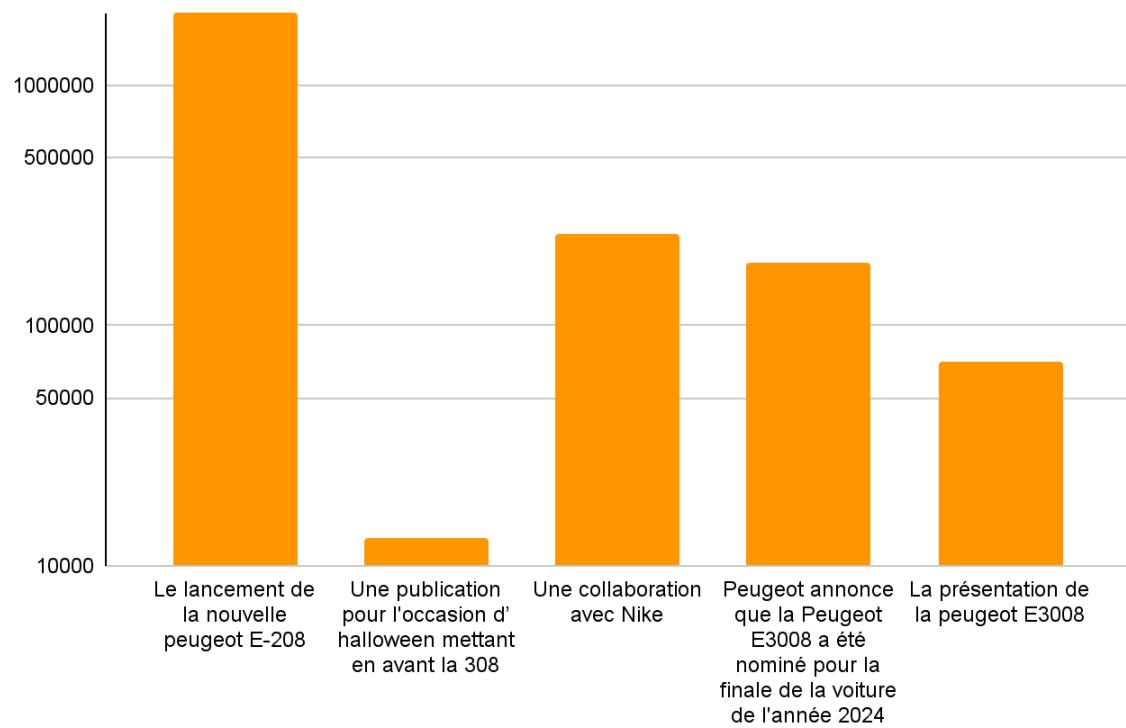
ABONNÉS FACEBOOK

(en millions)

■ Peugeot ■ Renault



Les publications les plus vues



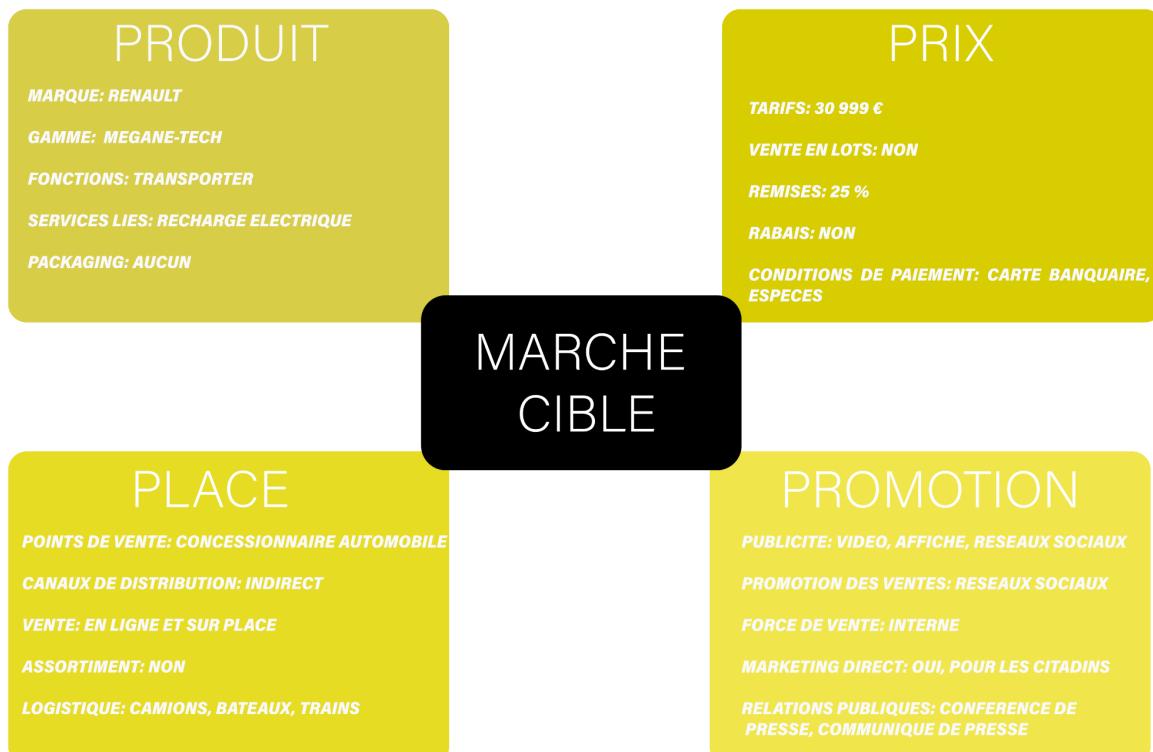
Audit réseaux sociaux

Réseaux sociaux	Portées	Fréquence de publication	Publications les plus performantes	Engagement des publications
YouTube	Large grand public 41k abonnés	1/ par semaine	-renew les occasions Renault film (2 million vues) -un design sportif et spacieux Renault Arkana E-Tech full hybrid (1,8 million vues)	-Pub mettant en avant le service de reconditionnement de Renault. -Vidéo sur la nouvelle Renault Arkana E-Tech full hybrid

X	128,7 abonnées	1 tout les 2 jours	https://twitter.com/renault_fr/status/1698620803690934618 18,5 k vues	nouvelle renault Scenic Etech 100% électrique, avec de nouveau matériaux et made in France
Instagram	211k abonnées	1 fois par semaine	https://www.instagram.com/p/CLUSoyoMzU/?img_index=1 11,4K vues	Renault révèle la nouvelle Clio E-Tech full hybrid
Facebook	Très large public 18 millions de followers	Tous les jours	https://www.facebook.com/renaultfrance/videos/3690089811274472/ 11k vues	Poste sur le nouveau Renault Master ETech 100% électrique
Tiktok	1,1 million	Tous les jours	https://www.tiktok.com/@renault/video/7297276592399732000 6,2 millions de vues	Tiktok sur la renault Espace F1, voiture légende de la marque

LES 4 P

Le produit est une voiture de la marque Renault. C'est le modèle électrique de la Megane. La voiture est vendue directement au client sur le marché. Elle est prévue pour être opérationnelle dès l'achat du véhicule. Le produit est vendu sans emballage mais avec la meilleure qualité possible pour le client. Il respecte les normes de la classe d'énergie avec une consommation notée A. A est la norme la plus élevée et positive sur cette classe. Le produit est fabriqué dans la commune de Douai, située dans le département des Hauts de France.



Notre réseau social de référence est YouTube, c'est la bas que nous touchant le plus grand nombre d'utilisateurs ou futurs utilisateurs, cela est notamment dû à nos nombreuses pubs sur ce réseaux. Cependant YouTube est un marché très compétitif dans le domaine automobile. Ensuite nous nous démarquons sur Tiktok depuis peu, notamment vis à vis de notre concurrent direct Peugeot, nous sommes bien en tête. Cependant nous manquons grandement de visibilité sur Instagram, là où nos concurrents sont bien devant.

Audit site

Audit de la page:

<https://www.renault.fr/vehicules-electriques/megane-e-tech-electrique.html>

L'objectif de cet audit est d'évaluer la page de présentation de la Renault Mégane E-tech électrique. Cette analyse vise à mettre en avant les forces ainsi que les faiblesses de la page de présentation présente sur le site de Renault.

Analyse du contenu de la page

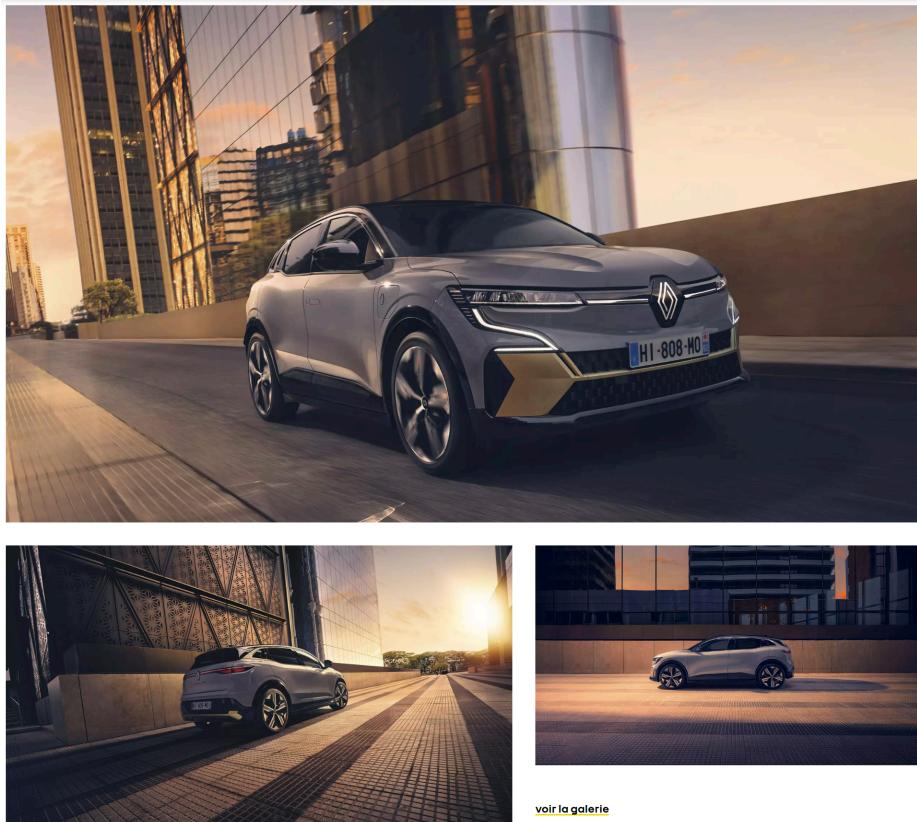
La page est complète et met très vite en avant les informations importante par des chiffres en grande taille percutants

moteur	accélération	jusqu'à	jusqu'à
160 kW	7,4 sec	470 km	300 km
soit 220 ch ⓘ	0-100km/h ⓘ	d'autonomie (WLTP) ⓘ	d'autonomie regagnée en 30 minutes ⓘ

Les informations importantes sont notées en grandes police et sont rapidement accessibles. C'est le cas pour le prix par exemple:

à partir de 300€/mois⁽¹⁾

On retrouve également beaucoup de photos de la voiture ainsi qu'une galerie et une vue 3D de la voiture.



[voir la galerie](#)

La page est assez complète et très longue. Elle nécessite une distance de scroll (défilement) importante pour voir toutes les informations.

La page contient de nombreuses images. Celles-ci sont correctement dimensionnées mais il faut privilégier des formats récents comme le Webp à la place du Jpg et Png. Le format Webp possède un meilleur taux de compression et permet un chargement plus rapide des images sur le site permettant ainsi une meilleure accessibilité.

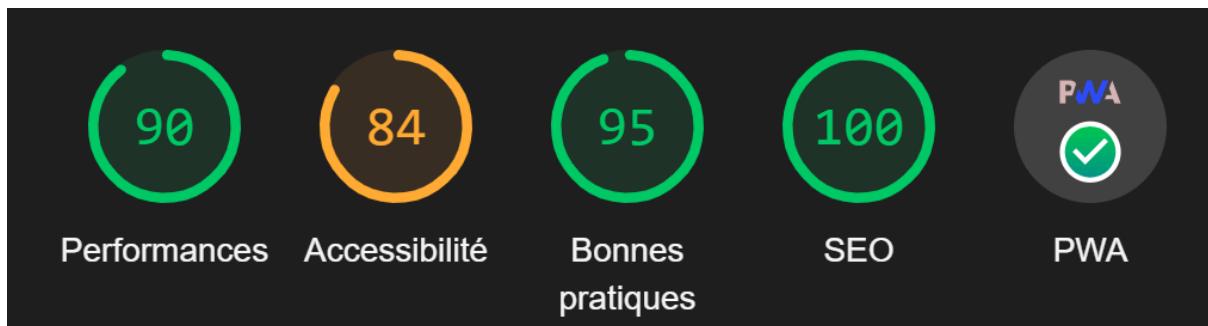
Les vidéos sont au format mp4 et fonctionnent correctement.

Au niveau des textes on note certains paragraphes trop peu lisible de part la taille de police utilisée ce qui nuit à la lecture notamment pour les personnes âgées.

(1) Selon versions sur cycle WLTP, soit environ 200km d'autonomie autoroutière, autonomie réelle suivant conditions de roulage.
 (2) Véhicule thermique.
 Ce nouveau protocole de portée mondiale, doit déterminer les rejets d'émissions et la consommation des véhicules électriques, tout en étant plus proche des conditions d'utilisation quotidienne. Les données d'autonomie s'expriment en cycle mixte (tous types de route) et en cycle urbain (essentiellement à faible vitesse). Pour plus d'info consulter la page <https://www.renault.fr/wltp.html>
 (3) 3x moins cher : pour une moyenne de 12,72€/100 km en véhicule thermique essence (consommation mixte à 5L/100 km au tarif en vigueur le 1er septembre 2023 selon <https://www.prix-carburants.gouv.fr/actualites/>) et de seulement 3,9€/100 km en Megane E-Tech 100% électrique (0,227€/kWh tarif réglementé Enrgie option tarifaire de base pour les particuliers au 14 septembre 2023, <https://www.kelvatt.fr/prix/>, et avec une consommation mixte de 17,5 kWh/100km).
 *Les évaluations d'économies de consommation de carburant sont établies par comparaison avec un véhicule compact du même segment consommant à 5 litres aux 100 kilomètres (« Berline compacte biocarburants, de 4,1m à 4,5m ») sur la base d'un kilométrage annuel moyen de 15 000 kilomètres. Les frais de consommation de carburant et d'électricité sont basés sur des chiffres moyens en France à savoir 1,95€/l au 1er septembre 2023 et 0,227€/kWh au 14 septembre 2023.
 **Les évaluations d'économies de maintenance sont établies par comparaison avec un véhicule compact thermique du même segment, sur un kilométrage annuel de 15 000 km et sur une durée de 3 ans, incluant sur la période vidange moteur, filtres à huile, filtre à habitation et liquide de frein. Dans les conditions d'un contrat d'entretien 3 ans / 45 000 km.

Analyse technique

La technologie front-end utilisée sur la page est React JS. Le rapport d'analyse lighthouse donne les résultats suivants.



On note principalement une trop grande utilisation du javascript. Évitez de surcharger les script et supprimer le code doublans. Il en va de même pour le code CSS.

Utilisez des outils de cache web plus performant et évitez l'ancien code javascript qui n'est plus la norme.

Certaines images n'ont pas d'attribut 'alt' ce qui nuit à l'accessibilité pour les personnes malvoyantes. De plus attention à certain contraste de couleurs comme sur ce bouton:

bonus éco 2023 de 5000 € déduit

Dans son ensemble la page obtient des résultats plus que satisfaisants. La présentation met bien en avant les caractéristiques du véhicule. La partie technique de la page est bien gérée et charge rapidement en 0,6s.

Nombre de bornes

<https://www.gouvernement.fr/actualite/100-000-bornes-de-recharge-electrique-ouvertes-au-public#:~:text=Bornes%20tr%C3%A8s%20haute%20puissance,d%C3%A9but%20de%20l'an%202023.>

Plan de Communication

Partenariat

Nous avons prévu d'effectuer un partenariat entre les cinémas UGC de France. Ce partenariat consiste en l'installation de bornes sur les parkings des cinémas. Un accord commun entre les deux entreprises permettra de financer à part égales l'installation de ses bornes. La stratégie est axée sur le fait que les possesseurs de MÉGANE E-TECH 100% ÉLECTRIQUE peuvent recharger leur voiture gratuitement pendant le visionnage d'un film dans un cinéma partenaire.

Sponsorisation

Nous avons aussi pensé à la possibilité de faire appel à un influenceur pour réaliser une vidéo sponsorisée. Au vu de l'audience et de la cible nous préconisent de faire une vidéo YouTube sponsorisé avec le youtuber *Sofyan* permettant de rallier la communauté cinéphile de l'influenceur à la cause écologique prônée par Renault. Le concept de la vidéo sera déterminé librement par le youtuber mais validé par Renault.

Le budget pour la vidéo est estimé à 20 000€

Publicité audiovisuelle

A destination des cinémas mais aussi de la télévision. Nous pensons réaliser un total de 3 vidéos publicitaires afin de mettre en avant la présence de bornes partout en France. L'idée est de présenter différents plans de la voiture dans des lieux insolites comme le désert, la jungle ou l'espace et d'y placer une borne pour montrer l'aspect omniprésent de celle-ci, mais aussi de démontrer la capacité des ces bornes à permettre à la voiture d'avoir des opportunités pour aller plus loin et de rendre la voiture pratique. Présenter la voiture dans ces différents lieux à pour but également de faire référence au partenariat avec les cinémas. Enfin la pub expliquerait clairement le partenariat avec les cinémas UGC et les avantages par rapport à celui-ci.

Il est aussi important de démontrer l'aspect écologique de la voiture avec la publicité pour montrer tous les atouts de la voiture.

Budget 50 000€

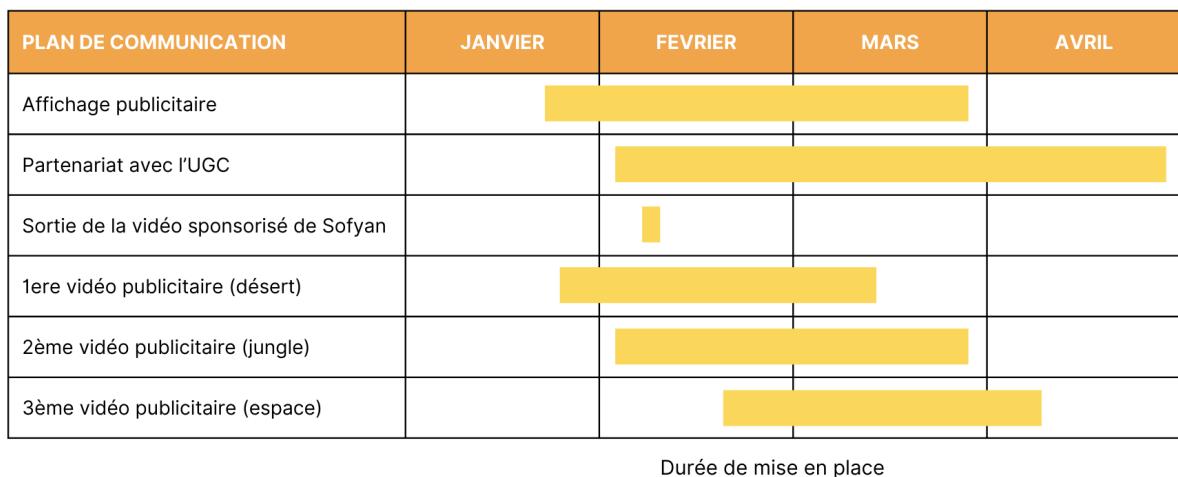
Publicité affichage

Dans la continuité des publicités télévisées, nous voulons mettre en place une campagne d'affichage publicitaire mettant en avant la Renault Megane E-tech dans les mêmes lieux insolites avec une borne en lumière. Le slogan “Rechargez vos batteries, c'est gratuit” sera affiché ainsi que le rappel du partenariat avec les cinémas.





Rétroplanning



[CONCLUSION] (on ne mettra pas l'intitulé “conclusion”oui)

La Renault Mégane électrique est un véhicule moderne qui évolue avec son public ainsi que ses stratégies de communication. La marque est engagée à offrir des produits et des services de qualité tout en respectant les besoins des utilisateurs et des enjeux cruciaux de nos jours comme celui du réchauffement climatique. Les voitures électriques sont une réponse au niveau économique et technologique à la problématique mentionnée qui est présente chez plusieurs des concurrents : l'objectif serait de promouvoir ses bénéfices pour les acheteurs, ses fonctionnalités et autres exclusivités du véhicule.

Nous avons joué sur l'aspect pratique et économique des places de parking disposant de bornes de changement pour faciliter la vie de nos clients pendant qu'ils profitent de leurs moments de détente. Notre stratégie pour augmenter les ventes de la Mégane et des cinémas en France est prometteuse pour les intégrants de cette collaboration, qui vise un public principalement citadin et ceux qui souhaitent se rendre en ville pour profiter de leur temps de loisirs.

Ce public principalement jeune et /ou familial, motivé à sortir en ville est surtout présent sur les réseaux sociaux. Ceux-ci constituent une partie non négligeable de notre stratégie de communication : il s'agit de l'espace où les internautes, les fidèles à la marque et les collaborateurs impliqués dans ce projet interagissent en permanence. Ces interactions permettent non seulement de promouvoir la voiture, mais aussi de mesurer avec plus de précision que quelques années auparavant les limites et les horizons des plans de

communication pour Renault. La marque automobile possède des bons réflexes au niveau de la synergisation de leurs moyens de communication, les plateformes et outils choisis sont performants, leur nombre de vues sur YouTube et TikTok et leur fréquence de publication, par exemple, rendent compte de cela. Nous parions sur l'effectivité d'une stratégie fortement reposée sur les médias audiovisuels, soutenue par des méthodes visuelles (affichage) afin de pouvoir renforcer l'image de la marque qui se fait démarquer.

Cette marque iconique qui a accompagné les français depuis plusieurs années aurait pour défi de réussir à suivre les nouvelles tendances de vente qui passent souvent au travers du monde digital, l'optimisation de leur identité sociale numérique ainsi que de résoudre la problématique du prix élevé des bornes postérieurement.

Nous souhaitons rendre des clients contents avec une voiture de qualité et des offres optimales pour recharger leurs batteries !

WEBOGRAPHIE

SITE RENAULT <https://www.renault.fr/>

RENAULT, RÉSEAUX SOCIAUX

FACEBOOK RENAULT <https://www.facebook.com/renaultfrance>

X/TWITTER RENAULT https://twitter.com/renault_fr

INSTAGRAM RENAULT https://www.instagram.com/renault_france/

YOUTUBE RENAULT <https://www.youtube.com/user/renaultfrance>

TIKTOK RENAULT

LINKEDIN RENAULT <https://www.linkedin.com/company/renault>

RS PEUGEOT

PAGE PEUGEOT www.peugeot.fr

X/TWITTER PEUGEOT <https://twitter.com/Peugeotfr>

INSTAGRAM PEUGEOT <https://www.instagram.com/peugeotfrance/>

YOUTUBE PEUGEOT <https://www.youtube.com/PeugeotFrance>

FACEBOOK RENAULT <https://www.facebook.com/PeugeotFrance>

WIKIPÉDIA

DOSC PROF

LARGUS(actu automobile)

<https://www.largus.fr/pros/actualite-automobile/renault-des-ventes-mondiales-en-hausse-a-fin-juin-2023-grace-a-l-europe-et-a-la-france-30028216.html>

Points fort de la voiture

-elle est écologique

-elle est safe

-belle gueule

-

Point faible

-14h de chargement sur une prise domestique

faut avoir/trouver une borne électrique

-230km d'autonomie

Idées BRAINSTORMING

t

- moins cher que abonnement netflix

-

- abonnement spotify/ netflix offert avec

-

-frigidaire (en option de base) offert pour les premiers acheteurs

partenariat pneus michelin

-offrir code de la route (partenariat code rousseau)

abonnement avec un loyer d'appartement

On offre la prise comme ça ils doivent acheter la voiture

un supermarché: réductions + borne de recharge

-paiement en plusieurs fois

-offrir des avantages étudiants

-Dacia, la voiture qui vous fait disparaître dans la nature

La fabrication de nos véhicules est moins polluante et plus respectueuse pour l'environnement que les autres

faire construire des parking exclusivement électriques à des endroits stratégiques pour inciter les gens à acheter des voitures électriques pour avoir une place de parking bien situés.

Questions:

qui ?

Renault

quand ? maintenant

comment ?

pourquoi ?

besoin de vendre le produit avec des astuces

UGC partenaire

ou kinepolis ?

CGR

Ciném partenariat

4 P

PRODUIT: Voiture Mégane, bornes

PRIX: 43 000€/300 par mois

PLACE: France (Europe)

PROMOTION: Pub télé + affichage + partenaria -> cinéma et influenceur.

PERSONNEL:

PROCESSUS:

L'objectif principal de la présentation d'entreprise consiste à faire connaître vos services ou produits au marché-cible. Une description détaillée de l'activité de l'entreprise ainsi que de ses produits/services est alors nécessaire. Les produits ou services seront mis en avant en mentionnant leurs avantages pour le public-cible. Le domaine d'activité de votre entreprise sera aussi abordé ici.

Quelle est la structure d'une description d'une entreprise ?

La description d'une entreprise ne suit pas nécessairement une structure standard. Voici cependant les éléments qui doivent impérativement y figurer :

Le nom officiel de l'entreprise ;

Les noms des personnes à l'origine de la propriété et de la gestion de l'entreprise ;

L'emplacement du siège social de l'entreprise ;

L'historique de l'entreprise ;

L'objectif de l'entreprise ;

Les services ou produits ;

Le marché cible ;

Les objectifs visés par l'entreprise.

Vous pouvez terminer en énonçant la vision que vous avez pour l'entreprise

Objectifs commerciaux	Objectifs pour les réseaux sociaux	Objectifs publicitaires	Indicateurs
Augmenter le nombre de bornes augmenter la fréquentation des cinémas	Augmenter le trafic sur les réseaux démontrer l'avantage de posséder une voiture de la marque renault modèle Megane	Publicité dans les salles de cinéma pour informer les spectateurs sur les offres du partenariat	Les statistiques de trafic utilisateurs, le pourcentage d'augmentation d'achat des voitures de renault megane garées devant les cinémas
Accroître le nombre de ventes de la Renault Mégane électrique de 15 % dans les 3 mois.	Partenariat avec des influenceurs cinéastes	Informier le monde de l'avantage d'exclusivité lié à l'offre	Nombre de ventes
Valoriser l'image écologique du groupe Renault	Publication sur les résultats de dépollution grâce aux voitures Renault.	Les personnes souhaitant faire une bonne action pour la planète seront incitées à acheter la voiture	Statistique sur les RS (likes, commentaires positifs, publication) Apparition sur des top de marques écologiques.
Augmenter le nombre d'achat des bornes électriques	Vendre l'utilisation des bornes gratuites avec la voiture	Augmenter la consommation des voitures et des bornes	Nombre de ventes et consommation électrique des bornes

Augmentations de la part de marchés dans le domaine des voiture électrique de renault de 5%	Promouvoir les aspects positifs de la voiture dans les publicités	Attirer le public visé (spectateurs au cinéma, les personnes qui se retrouvent face aux publicités...)	Le chiffre de ventes
---	---	--	----------------------

Voiture	Peugeot e-308
Depuis combien de temps sont-ils en affaires?	La Peugeot e-308 sortie en 2023 mais la véritable première voiture électrique commercialisée par Peugeot est l'e-2008 sortie en 2019.
Quels sont leurs marchés cibles?	conducteurs urbains à la recherche de voitures compactes et écologique
Quels sont leurs arguments de vente uniques et les facteurs qui les distinguent des autres?	Ils mettent en avant les finitions de la voiture et le confort.
Quelles sont leurs forces et leurs faiblesses?	Force: ergonomie, confort, finition, prix inférieur, bornes offertes. Faiblesse: puissance, autonomie, recharge.