

Communiquer au bon endroit et au bon moment pour augmenter ses ventes avec moins de budget

Autoactu.com organise le 29 octobre prochain un déjeuner-débat durant lequel la société Integration présentera un outil visant à mesurer l'impact des moyens de communication utilisés par les entreprises sur les consommateurs et sur leurs ventes.

La crise économique ayant contraint la plupart des entreprises du secteur automobile à restreindre leurs budgets marketing et communication, il devient fondamental d'identifier les canaux de communication les plus efficaces en termes de notoriété et de vente.

Aussi, Autoactu.com a demandé à la société Integration, partenaire exclusif de TNS Sofres, de présenter lors d'un déjeuner débat son outil de "pilotage des communications et du marketing". Cet outil est éprouvé et utilisé par de grandes entreprises dont certains constructeurs. Il permet d'une part de mesurer l'influence de chaque canal de communication utilisé par les entreprises auprès des consommateurs. *"Nous réalisons par exemple une étude qualitative auprès des consommateurs pour comprendre et mesurer quel est le canal de communication qui permet de nourrir le mieux la notoriété et l'image de marque de l'entreprise. Et ce, en comparaison avec les entreprises concurrentes"*, explique **Jean-Louis Laborie**, directeur du développement et recherche d'Integration. D'autre part, cet outil mesure la capacité de la marque à convertir les contacts en acte de vente, toujours en comparaison avec la concurrence. L'objectif de ces deux mesures étant évidemment d'établir un tableau de bord pour piloter au mieux son budget communication et marketing.

Une application pour toutes les entreprises automobiles

A l'occasion de ce déjeuner-débat, Jean-Louis Laborie et **Oscar Jamhuri**, directeur général et fondateur d'Integration, présenteront des cas concrets d'utilisation de ce système par des constructeurs automobiles et expliqueront comment il a permis de réorienter leurs budgets communication pour les rendre plus efficaces. Mais ils présenteront aussi le dispositif imaginé avec TNS Sofres pour appliquer ce système à toutes les entreprises du secteur quelques soient leur taille et leur activité : réparation, location, assurance, etc.