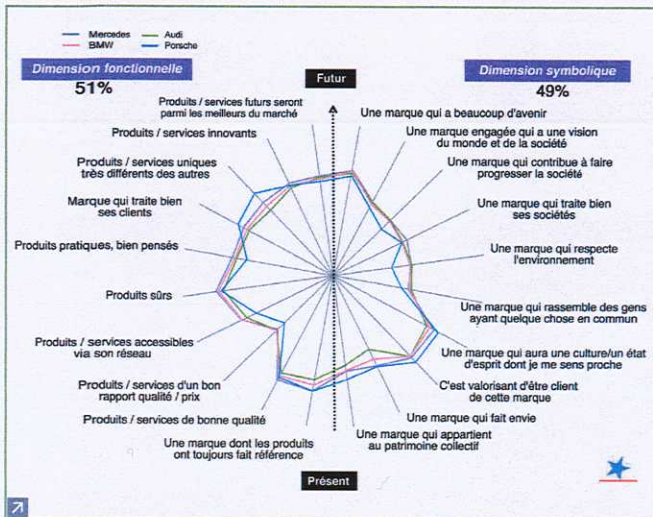


# marketing



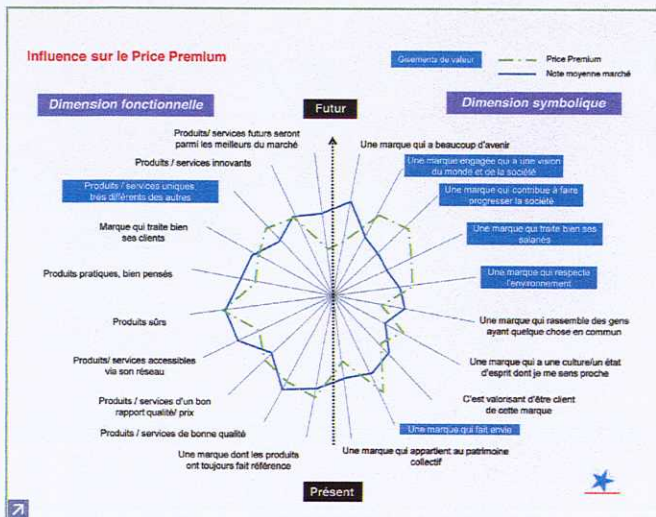
Les marques allemandes survolent les débats. Surprenant, le succès d'Audi ne se reflète pas outre-mesure, face aux monuments, BMW et Mercedes.

ble et nous sommes ouverts à toutes pistes de progression", admet Laurent Habib.

Cette étude est riche de bien d'autres enseignements, mettant en exergue les aspects qui font réagir positivement les clients. Dans l'automobile, il semblerait que les clients accordent moins d'importance au fait que la marque les traite convenablement, qu'à celui de profiter de produits et services innovants et très différenciants. L'implication sociétale (respect de l'environnement, traitement des salariés...) constituerait l'autre préoccupation. A titre d'exemple, une campagne de publicité comme celle de "My Toyota",

qui braque les projecteurs sur des employés de la société aurait un impact très valorisant dans l'esprit du consommateur.

A l'inverse, les graphiques tendraient à démontrer que l'histoire d'une marque ne pèse pas dans la décision d'achat, tout comme l'avenir d'ailleurs. Les constructeurs sont donc confrontés à "la consommation de mode" et à l'acceptation de produits "exotiques" relativement récents sur nos marchés. Ce qui est en corrélation avec une dernière observation : aujourd'hui les clients recherchent avant tout une marque qui fait envie et ce, avant même de s'intéresser au prix. ■



La dimension sociétale, comme l'attractivité et le caractère différenciant constituent les principaux critères. Un axe de travail pour les publicitaires.

V12  
WEB

## Solution CRM Gestion de votre relation client

Le Moteur de votre Productivité Commerciale  
Vendre plus, Gagner plus...

Rejoignez les  
**92%**  
d'utilisateurs satisfaits\* !

\* Résultats issus de l'enquête qualité constructeur GROUPE VOLKSWAGEN FRANCE réalisée entre le 22 juin et le 14 août 2009 (372 répondants).

- Logiciel web, accessible partout 24h/24
- Intégralité du process de vente VN/VO/VD
- Base de données multimarques EurotaxGlass\*\*
- Cotations & estimations des FREVO EurotaxGlass\*\*
- Tableaux de bord et statistiques de pilotage
- Opérations marketing



\*\* 1er fournisseur européen de données automobiles

Le CRM V12 Web dédié à la distribution automobile vous aide à atteindre vos objectifs en :

- améliorant votre suivi commercial,
- facilitant le suivi de votre activité,
- augmentant le taux de satisfaction de vos clients.

Améliorez vos performances commerciales avec V12 Web !  
Plus d'informations sur [www.datafirst.fr](http://www.datafirst.fr)

Évaluez l'efficacité de votre organisation  
et identifiez vos leviers d'amélioration  
commerciale.

<http://bit.ly/auditCRM>



Mettez d'abord à l'échelle l'application (Marketing, Recherche, Vente...), vérifiez votre performance... et vérifiez le prestataire qui vous aide à atteindre vos objectifs.

Nos solutions sont distribuées chez...

Alfa Romeo, Audi, BMW, Chevrolet, Citroën, Dacia, Ferrari, Fiat, Ford, Hyundai, Honda, Jaguar, Kia, Lancia, Land Rover, Mazda, Mini, Mitsubishi, Nissan, Opel, Peugeot, Renault, Saab, Seat, Skoda, Suzuki, Subaru, Toyota, Vauxhall, Volvo, Volkswagen



**DATAFIRST**

117, rue Bataille  
F-69372 Lyon cedex 8  
Tél. +33 (0)4 78 78 11 12  
email [contact@datafirst.fr](mailto:contact@datafirst.fr)

**DATAFIRST**  
Innovation and Excellence for the Automotive Industry