

Autoneo digitalise et personnalise sa communication

mardi, 08 juin 2021

Afin de gagner en visibilité et créer une véritable communauté entre ses membres, Autoneo lance une campagne de communication axée sur une série de portraits de ses adhérents qui sera diffusée sur les réseaux sociaux et sur son site web...

[YouTube Video](#)

Si le monde de la réparation-collision n'est pas vraiment le plus actif en matière de communication, Autoneo, enseigne créée en 2004 par le groupement Centaure, compte bien changer la donne en initiant une inédite stratégie de communication digitale. Et à l'heure où 80 % des contenus sur les réseaux reposent sur la vidéo, celle-ci se place au centre du projet de réseau de carrossiers.

Les membres du réseau en tête d'affiche

Première vidéo : le portrait d'un des adhérents de l'enseigne, Jean-Charles Mousseau, à la tête de la carrosserie éponyme située en Vendée. Depuis le 3 juin, il est en effet le premier de cordée d'une série de portraits de membres du réseau de carrosserie. Objectif : mettre en avant les entreprises Autoneo, leurs équipes ainsi que la vision du métier du chef d'entreprise, les raisons de son adhésion au réseau, les problématiques du secteur, etc.

Cette mini-série sera diffusée sur les réseaux sociaux Facebook, LinkedIn, Instagram et sur le site internet de l'enseigne. En parallèle seront diffusées des actualités, des informations sur le réseau ou encore des dossiers plus approfondis sur les bouleversements technologiques et sociaux qui viennent impacter le secteur de la réparation-collision.

© Apres-Vente-Auto.com © Reproduction interdite