

Vroomly aide les MRA sans enseigne à créer leur identité de marque

jeudi, 27 février 2020

A l'occasion d'un article sur son blog, le comparateur de garages Vroomly s'est fendu d'excellents conseils pour aider les quelque 6 000 MRA sans enseigne à développer leur identité de marque. Ou comment se faire remarquer en se démarquant dans un paysage de la réparation automobile toujours plus concurrentiel.



Cette photo signée EladeManu n'a pas besoin de légende...

Il y aurait trop de “Garage du Centre”, “Garage de la Gare” ou “Garage du Stade” parmi les ateliers de réparation automobile sans enseigne aujourd’hui. Et en l’absence d’un panneau d’entretien multimarque de renom sur la façade de leur établissement, il est difficile pour ces derniers de bien se faire voir et de capitaliser sur leur nom. Fort de ces constats, Vroomly a décidé d’essayer d’y remédier afin de donner aux entrepreneurs du secteur davantage de visibilité et de leur permettre de soigner leur image de marque.

Sur [son blog](#), dont les articles sont aussi bien destinés aux professionnels qu’aux particuliers, le comparateur de garages s’est fendu d’une série de conseils plus que pertinents à l’attention des réparateurs totalement indépendants. Et les incite en premier lieu à se constituer une “plateforme de marque”, c’est-à-dire le nom, le logo, les couleurs, les valeurs du garage ainsi que sa promesse envers les

automobilistes. Une plateforme sur laquelle Vroomly leur conseille de fonder leur communication. Et plus largement, Vroomly conseille également aux MRA sans enseigne de ne pas changer de ton dans leurs messages, afin de ne pas perturber le client.

Jamais trop tard pour se démarquer

Le comparateur de garages, qui précise qu'il n'est jamais trop tard pour établir cette plateforme de marque, est conscient des contraintes budgétaires qui pèsent sur les réparateurs totalement indépendants. Et s'il reconnaît que chacun peut s'y prendre seul, Vroomly leur conseille tout de même de s'adjoindre les services d'agences spécialisées dans la communication digitale pour établir leur plateforme de marque. Il insiste toutefois sur le fait que les MRA concernés doivent d'abord se renseigner sur les tarifs et, par-dessus tout, être au clair avec ce qu'ils veulent mettre dans cette plateforme, afin d'éviter toute dépense inutile.

Pour aider les réparateurs à y voir plus clair sur leur plateforme de marque, Vroomly invite ces derniers à se poser la question de qui ils sont, comment ils aiment travailler, quelles sont leurs ambitions et leur objectif, et quelle est leur promesse client. Puis, le comparateur les encourage à choisir un nom original et à examiner les attributs communément associés aux couleurs dans la culture occidentale pour définir celles qui orneront leur logo, en leur donnant quelques exemples, mais évidemment sans copier la concurrence ni dans la forme, ni dans le fond.

Des conseils de bon sens, certes, mais qu'il n'est jamais évident de suivre lorsque l'on est sans cesse la tête dans le guidon, comme le sont les MRA sans enseigne, souvent peu nombreux à l'atelier... mais encore quelque 6 000 sur le marché !