

Aramisauto, N°1 de la vente de voitures en ligne en France, est l'entité française d'Aramis Group, leader européen de la vente en ligne de voitures d'occasion aux particuliers. Groupe à forte croissance, expert du e-commerce et pionnier du reconditionnement automobile, Aramis Group agit au quotidien pour une mobilité plus durable avec une offre inscrite dans l'économie circulaire.



Thomas Haidar, Responsable Brand Content chez Aramisauto depuis février 2023, joue un rôle crucial dans la gestion de la réputation de la marque. Il veille à ce que la charte éditoriale soit respectée, que ce soit en ligne ou dans toutes les agences à travers la France.

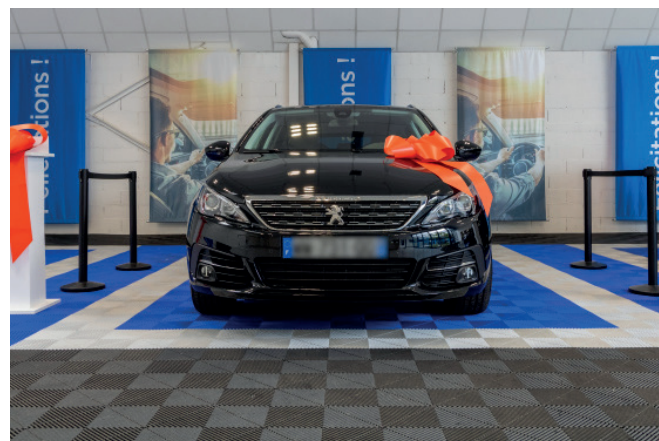
Un défi de taille : uniformiser la communication visuelle

L'une des missions les plus challengeantes pour Thomas est d'uniformiser la communication visuelle dans toutes les agences, tout en respectant les spécificités locales. Il s'assure que l'identité visuelle de la marque est maintenue et que les messages nationaux sont véhiculés de manière cohérente dans toutes les agences.



Nos solutions apportées : du standard au 100% sur-mesure

Pour relever ce défi, Faber France a proposé des solutions simples, rapides et efficaces. Des supports de communication standardisés sont disponibles via la boutique en ligne. Des modèles tels que des oriflammes, des banderoles et des pavillons (drapeaux) pour mâts ont été sélectionnés, avec des visuels standards tels que le logo seul Aramisauto, un visuel Journées Portes Ouvertes, un visuel Parkings clients, etc. Ces produits, aux couleurs d'Aramisauto, sont toujours en stock, assurant ainsi une réactivité optimale pour les réapprovisionnements des agences. Les supports de communication standards, qu'il s'agisse de X banners ou oriflammes par exemple, sont de haute qualité. La qualité des matières retenues souples comme rigides (textile, bâche PVC, aluminium composite, etc) et l'impression haute définition garantissent, une fois imprimées, le respect des couleurs de la charte graphique d'Aramisauto.



01

Le sur-mesure pour répondre aux besoins spécifiques

Chaque agence Aramisauto est unique et possède des besoins spécifiques. Thomas explique :

« La moitié des achats réalisés avec Faber France sont pour des projets 100% sur mesure. Je vais sur le terrain pour rencontrer les agences, comprendre leurs besoins et les aider à formaliser leurs projets. Grâce à la capacité de Faber France à faire du sur-mesure, je sais que le champ des possibles est illimité. »

Après avoir collecté les caractéristiques des projets, Thomas les fait maquetter par son graphiste avant de transmettre les éléments aux chargés de projets dédiés chez Faber France. Le processus est fluide et rapide, permettant une réactivité précieuse.

02 Visibilité de loin : un contrat de maintenance annuel

Pour garantir une visibilité optimale, un contrat de maintenance annuel a été mis en place pour le renouvellement des pavillons hissés sur mâts à l'entrée de plusieurs sites. Chaque trimestre, nos poseurs remplacent les pavillons pour prévenir leur dégradation face aux intempéries et à la pollution. Une image de marque impeccable est ainsi assurée pour Aramisauto.



03 La vitrophanie : première prise de parole d'Aramisauto

La vitrophanie, véritable produit sur mesure, joue un rôle essentiel dans la communication visuelle d'Aramisauto. Chaque vitrine est unique et permet de délivrer des messages tout en décorant aux couleurs de la marque.

Avec une gamme d'adhésifs variée (monomère, polymère, opaque, transparent, etc.), et la pose assurée par des techniciens experts, la vitrophanie offre une première impression de qualité et professionnelle pour chaque agence.



Des résultats tangibles : une communication visuelle homogène et efficace

La standardisation des produits de base, combinée à la personnalisation des agences, est la recette du succès pour Aramisauto. En 2023, leur chiffre d'affaires a connu une progression significative, témoignant de l'efficacité de cette stratégie de communication. Nos supports de communication visuelle ont non seulement accompagné le changement d'identité visuelle en 2021, mais aussi l'évolution de ton de communication la marque en 2023.

L'image de marque est homogène à travers toutes les agences françaises, contribuant ainsi à la croissance régulière de l'entreprise.

« La valeur ajoutée de Faber France réside dans son statut de fabricant, la largeur de son offre globale -de la conception à la pose-, son expertise multi-matières et sa capacité à faire du sur-mesure. On sait qu'avec Faber France, le champ des possibles est illimité ! »



La collaboration entre Aramisauto et Faber France démontre comment une communication visuelle homogène et de qualité peut renforcer l'image d'une marque et soutenir la croissance d'une entreprise. Cette étude de cas illustre parfaitement le pouvoir d'une stratégie bien exécutée, où chaque détail compte pour maintenir une identité de marque forte et cohérente.



Specimade

IMPACT MAKER.



Route de la Centrale
ZI des Ansezeilles
WAVRIN 59136



contact@specimade.com



+33 (0)3 20 97 40 20



www.specimade.com