

# DOSSIER 1 LA COMMUNICATION GLOBALE ET L'IDENTITE DE L'ENTREPRISE

## **Application 3 : Plan de communication automatisée**

ROBOTCUT, spécialiste des robots-tondeuses, basée dans le Centre de la France (zone d'activité des Carmes - 18200 SAINT AMAND MONTROND) a été créée en 2003. La SARL composée de 18 salariés, offre aux professionnels des produits spécialisés pour les terrains de sport, les parcs et les jardins. Grâce à plus de 15 années d'innovation et de passion, ROBOTCUT établit un diagnostic des besoins et apporte une réponse adaptée aux entreprises et collectivités territoriales pour l'entretien de leurs espaces verts.

Leur produit phare, la tondeuse robot *Cutnow*, améliore la qualité du gazon et permet de réaliser d'importantes économies.

De nouveaux entrants apparus sur le marché depuis 2016, ont capté une partie de sa clientèle. C'est pourquoi le dirigeant souhaite développer les actions de communication de ROBOTCUT pour assurer sa visibilité.

Les actions de communication mises en œuvre par ROBOTCUT sont diverses et les supports variés. Tommy TOMALY, le gérant, aimerait avoir une vision globale des actions de communication externes en intégrant des indicateurs quantitatifs de performance.

### **Travail à faire :**

Réaliser le plan de communication automatisé à l'aide d'un logiciel tableur.

## **ANNEXE : Actions de communication menées par ROBOTCUT**

### **1 - Publication sur le mur de la page Facebook (actualités liées aux prestations réalisées)**



ROBOTCUT a ajouté 6 nouvelles photos le 6 avril (semaine 14) - 64 personnes aiment ça !

Nous avons entretenu le vélodrome de Marseille avant la rencontre début avril de la ligue Europa et donc avant la victoire de l'Olympique Lyonnais. Nous partageons aujourd'hui les photos de notre intervention !

### **2 - Plaquette commerciale**

La plaquette commerciale présente les prestations et les produits vendus de l'entreprise, et est essentiellement diffusée aux collectivités locales avant le vote des budgets fin octobre (semaine 43) pour qu'elles aient une vision d'ensemble de notre offre.

Elles sont également distribuées par les commerciaux lors des visites clientèle, ou encore aux différents contacts lors des salons.

**Coût** : création/mise en page/impression confiées à une agence de communication 810 € HT pour 500 exemplaires.

### **3 - Participation au salon annuel des maires et des collectivités locales**

**Date** : du 19 au 21 novembre (semaine 47) au parc des Expositions à Paris (Porte de Versailles).

Le Salon des Maires est l'événement annuel incontournable du secteur des Collectivités Locales qui réunit tous les grands acteurs de la commande publique pour débattre, partager les expériences, faire évoluer et mutualiser les pratiques pour mieux acheter et investir.

48 402 visiteurs en 2018. 75 % de visiteurs du secteur public (dont 87 % de communes).

**Coût total de participation au salon** : 4 000 € HT.

#### **4 - Mise à jour du site web de ROBOTCUT**

Au moins une fois par mois soit toutes les 4 semaines (début semaine 1).

Coût annuel de mise à jour et de maintenance : 300 € HT.

#### **5 - Actions de partenariat avec des sportifs**

ROBOTCUT parraine l'équipe féminine du CJ Fleury-les-Aubrais, équipe amateur de football. Une bannière est posée sur le stade lors des rencontres amicales - une fois par mois du mois de septembre (semaine 36) au mois de juin (semaine 26) - trêve hivernale de décembre à février (semaines 49 à semaine 6).

**Montant total** : 600 € HT par an.

#### **6 - Vidéos sur YouTube**

Quatre vidéos d'une minute 30 sont déposées chaque année en début de trimestre (semaines 1, 14, 27 et 40) sur YouTube. Elles présentent les prestations proposées et/ou les machines vendues. Elles sont également sur le site web.

**Coût unitaire** : création confiée à une entreprise locale 560 € HT.

#### **7 - Prospection clientèle**

ROBOTCUT mène des opérations de prospection via e-publipostage une fois par mois (soit toutes les 4 semaines - début semaine 2) à destination des collectivités territoriales et des professionnels d'espaces verts. L'envoi concerne 1 000 collectivités territoriales.

La réalisation et l'envoi de ces e-publipostage demandent 3 heures de travail du collaborateur de direction, soit environ 80 € par opération.

#### **8 - Annonces dans un magazine**

Deux annonces sur "Espaces vert Magazine" pour aider Robert Pafost dans sa prospection :

- une annonce à faire publier dans le mensuel en mars (semaine 9) en 1/4 de page simple ;
- une annonce à publier dans le Hors-Série spécial de rentrée (semaine 35) en 1/2 de page largeur simple, parution septembre.

**Coût de parution de ces deux annonces** : respectivement 3 024 € HT et 5 928 € HT.

#### **9 - Réalisation d'une tournée en France dans 5 villes sur différents stades.**

**Objectif de ces journées** : démontrer les capacités de la nouvelle machine en invitant des responsables de services sport de collectivités territoriales.

**1<sup>re</sup> ville** : Cluny, Stade Jean-Renaud 8 chemin Georges, mardi 14 juin N à 10 h (semaine 24).

**Coût** : 750 € HT par journée.