

## La page facebook « Mercedes-Benz Utilitaires France » dépasse les 20 000 fans !

Communiqué

5 décembre 2016

- **Des vans et des fans : la marque à l'Etoile précurseuse**
- **Un objectif dépassé en un temps record**
- **Une page ludique et informative**

**Montigny-le-Bretonneux** - Lancée par Mercedes-Benz Vans France en avril dernier, la page Facebook <https://www.facebook.com/MercedesBenzUtilitaires/> dédiée aux utilisateurs de véhicules utilitaires légers (VUL) - actuels ou potentiels - quelle qu'en soit la marque - a trouvé son public. La barre des 20 000 fans a été atteinte fin octobre, soit deux mois avant l'objectif fixé.

### Des vans et des fans

Rares sont en France les constructeurs d'utilitaires à miser sur le « social media ». Dès avril 2016, la marque à l'Etoile a lancé sa page Facebook dédiée aux utilitaires. Pour Harry Salamon, DG en France de Mercedes-Benz Vans, « *ce mur Facebook spécifique, inspiré par et pour les pros, a un but très clair : mettre en exergue une catégorie de véhicules tenue habituellement sous le boisseau, ainsi que les métiers en fonction desquels ils ont été conçus. Mais aussi valoriser les hommes et les femmes qui les utilisent quotidiennement* ». En

effet, cette page Facebook a aussi été conçue pour approcher et rapprocher - de manière décalée – les artisans et utilisateurs d'utilitaires au sens large avec la marque Mercedes-Benz.

Les hommes et les femmes de ces multitudes de métiers, conducteurs ou conductrices d'utilitaires – de la marque à l'Etoile ou non - auxquels cette page est dévolue ne s'y sont pas trompés, à en juger par le nombre d'interactions (aimer/partager/commenter) enregistrées à ce jour, qui s'élève à plus de 130 000, moins de 8 mois après le lancement officiel.

*« La France est d'ailleurs l'un des pays les plus réactifs aux informations de la marque distillées via internet », révèle le directeur des ventes, Wolfgang Pipperger. « En témoignent par exemple les 45 000 clics français rien que pour notre futur pick-up obtenus sur le site dédié dans la foulée de la présentation internationale du concept, il y a quelques semaines à peine ».*

Quelques **offres promotionnelles sont également relayées sur la page Facebook** comme récemment une offre exclusive web avec la vente en ligne de coupons de réduction pour 20 Citan Tourer proposés sur la nouvelle propre plateforme de e-commerce [www.Mercedes-VanStore.fr](http://www.Mercedes-VanStore.fr). Cette offre promotionnelle a généré quelque 350 000 vues en quelques heures sur la page facebook. Pour Gautier Marere, Directeur Marketing, *« ce réseau social est avant tout un outil de communication complémentaire, ludique et interactive, permettant de raconter et de mettre en scène nos produits et services dans un contexte différent et d'enrichir la relation-client classique. L'un ne remplace pas l'autre mais le maillage des réseaux, réels et virtuels crée des opportunités nouvelles pour nos distributeurs comme pour nos clients et prospects. »*

## Objectif atteint en un temps record

Page 3

A ce jour, l'objectif annoncé de 20 000 personnes aimant la page a été dépassé dès octobre, bien avant le terme de la fin de l'année fixé initialement. 42% des fans habitent une métropole et sont des hommes âgés de 25 à 34 ans.

Dans le détail, à fin novembre, **plus de 23 000 fans étaient enregistrés** quand **54 publications** se trouvaient en ligne, parmi lesquelles **16 vidéos**, pour **plus de 5 millions de vues cumulées**.

Au palmarès des vidéos les plus prisées,

1. La construction du « Mur Facebook », clin d'œil humoristique, célébrant les métiers du bâtiment : plus 850 000 vues
2. Teasing de « Mercedes-Benz Van Driver 2015 », concours visant à élire le meilleur conducteur de VUL en France : plus de 750 000 vues
3. 1<sup>er</sup> épisode de la série « Drive Battle » (course sur circuit mettant en scène un Vito 4x4 face à une Classe A45 AMG) : plus de 700 000 vues

## Une page ludique et informative

Conçue pour fédérer une communauté partageant comme centre d'intérêt les VUL dans toute leur diversité, la page Facebook de Mercedes-Benz Utilitaires relaie les nouveaux – et anciens - produits, mais aussi les services, projets et offres commerciales de la marque à l'Etoile. Elle propose bien sûr aussi une redirection vers les pages utilitaires du site [www.mercedes-benz.fr](http://www.mercedes-benz.fr) et sur la **plateforme de e-**

**commerce [www.Mercedes-VanStore.fr](http://www.Mercedes-VanStore.fr).** Pour autant, elle ne s'adresse pas qu'aux détenteurs d'utilitaires étoilés mais bel et bien à tous les professionnels et même, toute personne intéressée par les VUL au-delà des sempiternels clichés.

Page 4

A suivre : <https://www.facebook.com/MercedesBenzUtilitaires>

D'autres informations de Mercedes-Benz sont disponibles sur Internet sous:  
[www.media.mercedes-benz.fr](http://www.media.mercedes-benz.fr), [www.media.daimler.com](http://www.media.daimler.com) et  
[www.mercedes-benz.com](http://www.mercedes-benz.com)