

# DES PROMOTIONS HAUTES EN COULEURS

Quand le commerce part à la rencontre de l'Art !



Fin d'année rime souvent avec bilan, le réseau Proximeca ne déroge pas à la règle en faisant le point sur sa politique commerciale et surtout sur les nouveaux visuels promotionnels de 2015.

L'objectif fixé par l'équipe marketing communication de l'AGRA était de tonifier la communication du groupement et du réseau Proximeca en s'appuyant sur des visuels impactant et dynamiques. En début d'année, il y a eu une première illustration audacieuse, avec une annonce presse dont tout le monde se souvient, vantant les mérites de l'AGRA pour booster la rentabilité...

Concernant Proximeca, un virage radical a été également pris pour illustrer les supports de communication des opérations commerciales du réseau. C'est sous l'impulsion de Chloé, jeune graphiste ayant intégré l'équipe marketing communication récemment, que le choix a été fait d'intégrer du pop art pour réaliser les affiches et les bâches remises à tous les garages du réseau.

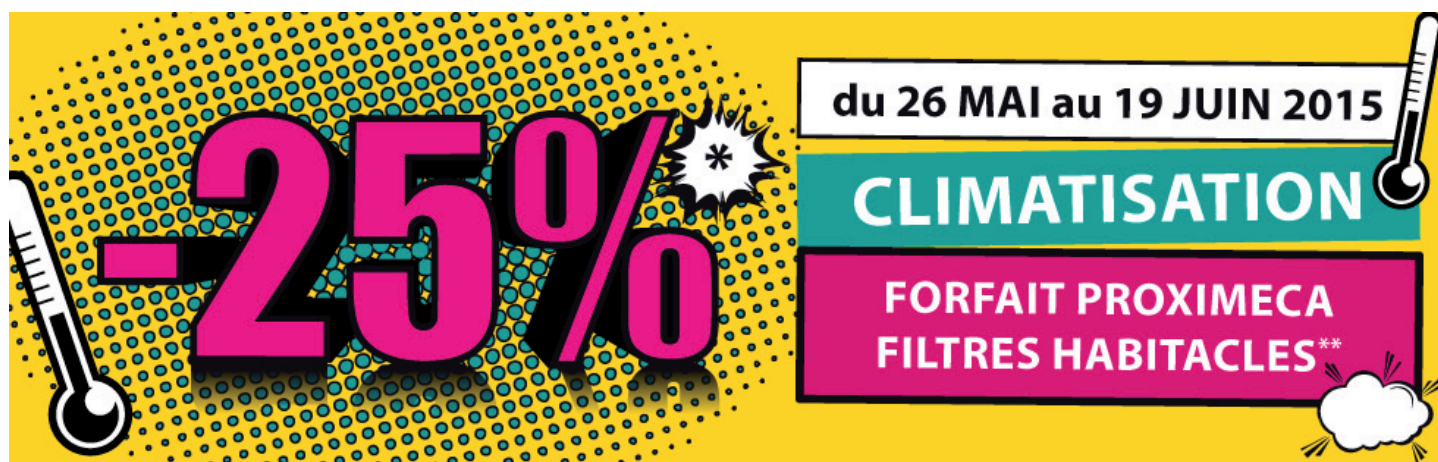
La charte graphique des 8 opérations commerciales a ainsi été influencée par les oeuvres d'un des artistes les plus importants du mouvement pop art américain, à savoir Roy Lichtenstein.

Le pari était osé car personne ne pouvait savoir comment les adhérents distributeurs et les garages du réseau allés réagir à cette nouvelle charte.

L'accueil a été immédiatement positif voir enthousiaste, en effet tous ont apprécié cet univers graphique haut en couleur et donnant une nouvelle image aux communications du réseau.



Le plus important reste que le bilan logistique et surtout commercial sont également très satisfaisants, avec la quasi-totalité des garages qui ont régulièrement mis en place le kit PLV des promotions, composé de 3 affiches et d'une grande bâche.



Le directeur marketing communication de l'AGRA explique :



«C'est une véritable victoire que d'avoir des adhérents MRA qui s'occupe de mettre en place les supports de communication dans leur garage. Comme souvent, quand une solution est opérationnelle et donne des résultats, elle est utilisée sur le terrain... ».

Au final, les opérations commerciales ont été une véritable réussite économique avec d'importantes augmentations du volume d'activité, comme sur la promotion freinage ou kit de distribution. Les garages sont à présent très demandeur d'une nouvelle charte mêlant l'art et le commerce !

Pour 2016 des nouvelles pistes sont à l'étude, avec cette fois-ci une inspiration venue tout droit d'un mouvement abstrait et géométrique...