Communiqué de presse

PARIS, LE 24 JUILLET 2025

Norauto s'adapte à chaque saison grâce à une communication digitale multilocale avec Bonial

Dans un marché de l'entretien automobile fortement soumis à la saisonnalité, Norauto s'appuie sur Bonial pour déployer une stratégie de communication commerciale multilocale à grande échelle. La diffusion de campagnes automatisées et géolocalisées permet à l'enseigne de toucher sa clientèle locale toute l'année, sur plus de 400 centres automobiles.

Consulter le cas client

Un marché exigeant, des solutions technologiques sur mesure

Face à la nécessité de s'adapter rapidement aux attentes des consommateurs selon les périodes de l'année (vacances, changement de saison, entretiens réglementaires...), Norauto active des campagnes digitales multilocales sur l'ensemble de ses centres automobiles. Celles-ci sont géolocalisées, automatisées et diffusées en temps réel sur des plateformes clés comme Google, Meta, et Bonial Média.

« *Bonial nous permet de valoriser l'ensemble de notre offre dans un rayon de 20 km autour de chaque centre, avec une approche ciblée et maîtrisée. Un vrai levier pour générer du trafic qualifié tout en gardant la main sur nos budgets* », explique Florence Motte, Responsable Médias & Leviers d'acquisition chez Norauto.

Norauto combine plusieurs briques des solutions Bonial pour une stratégie locale performante et omnicanale :

Le catalogue dynamique via Bonial Media

Les catalogues dynamiques sont activés en fil rouge tout au long de l'année. Ils reprennent l'identité visuelle de Norauto (charte graphique, couleurs, design) pour assurer une parfaite cohérence de marque. Clairs et intuitifs, ils valorisent l'ensemble de l'offre produits et services de manière engageante.

«Il est templatisé aux couleurs de Norauto, offre une lecture fluide et intuitive, et favorise un temps d'exposition prolongé grâce à la richesse de son contenu. » Florence Motte, Responsable Médias & Leviers d'acquisition, Norauto

Ce format génère un temps de lecture prolongé, favorisant ainsi une meilleure mémorisation des offres et un impact renforcé sur l'intention d'achat.

Une diffusion locale, ultra-ciblée et personnalisée via Bonial Reach

Avec Bonial Reach, les offres de Norauto sont communiquées auprès d'audiences digitales ciblées sur des plateformes clés telles que Google, Facebook, etc.

Les campagnes sont automatiquement personnalisées selon la zone de chalandise de chaque centre automobile. Cette solution technologique permet d'optimiser la couverture locale et de cibler de nouveaux profils intentionnistes, plus enclins à se rendre en point de vente.

« *Bonial Reach nous permet de déployer automatiquement des campagnes personnalisées, géolocalisées autour de chacun de nos centres, sur des plateformes clés. Résultat : une couverture locale optimisée, une cohérence omnicanale, et un gain de temps dans le pilotage opérationnel.* » Florence Motte, Responsable Médias & Leviers d'acquisition, Norauto

Des contenus éditoriaux innovants

Pour enrichir son dispositif digital, Norauto mise également sur des formats inspirationnels, tels que les stories interactives, les superbannières immersives ou encore le Magazine Bonial.

Ces contenus apportent une dimension aspirationnelle, idéale pour valoriser la marque, l'expertise et la richesse de l'offre. En complément des leviers de performance, ils renforcent la notoriété, suscitent l'engagement et soutiennent la mémorisation des offres commerciales.

« *Ces formats viennent enrichir nos campagnes en apportant une dimension plus aspirationnelle et de marque, tout en renforçant l'efficacité de notre dispositif.* » Florence Motte, Responsable Médias & Leviers d'acquisition, Norauto

Au-delà des dispositifs mis en place, la collaboration entre Norauto et Bonial s'inscrit dans une logique de performance mesurable et continue.

Grâce aux outils de pilotage Bonial, les équipes de l'enseigne suivent avec précision les indicateurs clés : impressions, taux de clic (CTR), coût par clic (CPC), taux de complétion ou encore visites en centre.

Les modélisations médias (MMM) confirment l'impact positif de Bonial sur le trafic dans les centres automobiles et la rentabilité des campagnes. Ce partenariat, établi depuis plusieurs années, fait de Bonial un acteur stratégique de confiance dans l'accompagnement de la croissance locale de Norauto.

Bonial est une entreprise de média et de technologies au service des magasins et de leurs clients. Chaque jour, des millions de consommateurs utilisent l'application Bonial pour trouver les meilleures offres autour d'eux et les plus grandes enseignes bénéficient de ses technologies publicitaires pour accroitre leur fréquentation. Créée en 2008, la société compte plus de 350 employés dans ses bureaux situés à Berlin et à Paris.

Pour plus d'informations, veuillez visiter notre site