



## Témoignage Client

Comment Hyperspread a accompagné le groupe Volkswagen France à développer les réseaux sociaux à un niveau local ?

### Contexte

Le Groupe Volkswagen est un leader mondial de l'automobile avec près de 13 marques à son actif comme Skoda, Audi ou Volkswagen pour n'en citer que quelques-unes. Conscient du potentiel de la communication de proximité, le groupe a souhaité développer et structurer les réseaux sociaux de ses concessions locales.

C'est en juillet 2021 que la collaboration démarre. Le groupe sollicite Hyperspread pour piloter les réseaux sociaux de 330 concessions automobiles. La solution devait permettre aux concessionnaires de publier sans technicité tout en offrant un cadre respectueux des guidelines des marques du groupe.

### Réponse

**Hyperspread a construit une plateforme intuitive, capable de gérer la communication multi-marques et de fournir en temps réel des indicateurs de performance.**

La solution "prêt-à-poster" était tout indiquée pour assurer le respect de l'image de marque et proposer des ressources déployables en quelques clics pour les concessions locales.

# Insight besoin client

avec Athénaïs de Volkswagen

« Notre réseau grandit grâce à la complémentarité de nos forces. Les concessions sont directement liées à la croissance de notre activité, ce sont eux qui vendent les voitures. C'est à nous de les accompagner au mieux dans l'animation de leur présence dans la région. »

## **Pouvez-vous vous présenter ainsi que votre rôle dans la société ?**

Je m'appelle Athénaïs Berche-Douchet et je travaille au sein de la direction Volkswagen en tant que responsable communication locale et événements réseaux. Mon rôle au sein du groupe est associé à toute la communication qui rentre en concession, quel que soit le support : affiches, abribus, radio, plv, ou comme c'est le cas ici, les réseaux sociaux.

## **Pourquoi la communication de proximité est un enjeu pour les enseignes automobiles ?**

Avec la communication nationale, la cible est très large : on touche une grande variété d'audiences. Avec la communication locale, on rentre vraiment dans le vif du sujet. Ce sont les concessions qui vendent des véhicules. Investir dans leur visibilité est stratégique. Une voiture reste un achat important avec un processus de décision complexe. Le contact humain est essentiel, c'est pourquoi nous souhaitons accompagner les concessions à développer leur visibilité.

## **Comment le groupe utilise Hyperspread pour accompagner les concessions à développer leurs réseaux sociaux ?**

Côté siège, nous mettons à disposition des "prêts-à-poster", ce sont des ressources chartées déployables en quelques clics. Aussi, et au-delà d'Hyperspread, le groupe Volkswagen organise des formations plusieurs fois dans l'année sur des thématiques transverses pour aider les concessionnaires. En l'occurrence, la prochaine concerne Hyperspread et l'ordre d'idée vise à montrer le potentiel de la plateforme.

## **Est-ce que les concessionnaires ont pu bien prendre en main la plateforme ?**

Cela a été rapide et efficace. De mon côté, j'ai réalisé une mini-formation en début d'été. Je me suis connectée sur la plateforme peu avant la formation. En deux minutes, j'ai compris. Le réseau a très vite adopté la solution et l'utilise quotidiennement.

## **Quels sont les bénéfices côté Volkswagen ?**

La facilité de publication pour les concessionnaires et la facilité de mise en ligne des supports côté siège. A mon niveau, ce qui est très pertinent, ce sont les indicateurs qui me donnent en temps réel les tendances du réseau. (top3 des publications, top3 des pages locales...).

# Insight sur la collaboration

avec *Mikaël d'Hyperspread*

**« C'est un plaisir de collaborer avec Volkswagen. Tous les projets mis en place vont dans le sens d'une utilisation à plein potentiel de la plateforme. Le groupe est challengeant et leur vision du social media local est très pertinente. »**

Lors de l'initiation du projet, nous nous sommes chargés avec mon équipe d'orchestrer la mise en place de l'outil au sein du réseau. Cela consiste dans le set-up des marques sur la plateforme ainsi que des webinars réseau afin de maximiser leur engagement.

Nous savions que l'enjeu pour le groupe était d'animer les réseaux sociaux locaux sans que les concessionnaires n'aient forcément de compétences particulières. La maturité digitale peut effectivement varier d'une concession à une autre.

Dans l'ensemble, les concessions se sont très bien appropriées l'outil. Concrètement et suite à des enquêtes de satisfaction, nous avons relevé que 86% des concessionnaires utilisent la plateforme pratiquement tous les jours et que la note moyenne attribuée de satisfaction s'élève à 7/10 !

Bien entendu, nous nous concentrons à toujours proposer la meilleure expérience au Groupe Volkswagen. Je fais des points réguliers avec Athénaïs, responsable Communication locale et événements réseaux, pour débriefer de l'expérience du réseau et investir des pistes d'amélioration.

La collaboration avec Athénaïs est agréable, simple et surtout efficace. Leur retour d'expérience nous a permis d'optimiser grandement la plateforme, à l'image de la gestion multi-marque, où un concessionnaire peut piloter avec un seul espace des comptes Skoda, Audi et Volkswagen.

**Mikaël  
CHIAVETTA**  
Head of C.S  
Hyperspread



## Bénéfices

Le siège Volkswagen alimente régulièrement des publications prêtes-à-poster pour ses 330 concessions. Les points de vente locaux s'en servent au quotidien afin d'animer leur page locale. In fine, cet accompagnement dans la démarche social media stimule les prises d'initiatives et améliore l'attractivité des points de vente sur leur zone de chalandise locale.



## Parole client

« La plateforme est vraiment très fluide. A mon niveau, j'apprécie réellement la vue globale sur les statistiques du réseau ! »

Athénaïs BERCHE-DOUCHET,  
Responsable communication locale et événements réseaux