



## EXEMPLE DE RAPPORT D'AUDIT

### Plaquette commerciale

**Important** : Vous avez entre les mains un exemple d'audit d'une plaquette commerciale de 4 pages présentant l'activité et les produits d'une entreprise. Pour ce type de plaquette chaque page est auditée en détail.

Pour les plaquettes de plus grande taille, l'audit ne détaille pas le contenu de chaque page et se concentre sur l'étude de efficacité globale pour les lecteurs.

Le contenu de l'audit est toujours adapté au type de plaquette analysée.

IDENTITE ACTIVITE	2
ELEMENTS MATERIELS	2
1 <sup>ERE</sup> DE COUVERTURE	3
PAGES INTERIEURES	5
4 <sup>EME</sup> PAGE	6
IMPACT COMMERCIAL	7
RECAPITULATIF	8

## Identité Activité

<b>Identité</b>	MAINTENORD (société factice)
<b>Activité</b>	Maintenance Industrielle
<b>Type de plaquette</b>	Plaquette entreprise présentant l'ensemble des produits et services
<b>Date d'audit</b>	16 janvier 2006
<b>Auditeur</b>	Philippe MORANA

## Éléments matériels

<b>Format</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Double A4, 4 pages.</li><li>• Adapté et suffisant pour la présentation de l'entreprise.</li></ul>
<b>Papier</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Probablement du 350 g demi mat.</li><li>• Trace verticale visible sur les aplats blancs.</li></ul>
<b>Impression</b>	Offset quadri de qualité moyenne.
<b>Façonnage</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rainurage et pliage central.</li><li>• Pas de pelliculage.</li></ul>
<b>Préconisations</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Un papier moins épais (250 gr) et légèrement plus brillant apporterait en terme d'image de marque.</li><li>• améliorer la qualité d'impression (couleurs, trames).</li></ul>

# 1<sup>ère</sup> de couverture

## Logo

- Exprime bien le rapport avec le monde de la maintenance par l'utilisation du symbole "camionnette".
- L'équilibre du logo entre le nom de l'entreprise et le symbole en forme de camionnette est correct.
- La réalisation graphique du logo n'est pas vraiment professionnelle (la camionnette n'est pas assez stylisée et donne l'impression d'être réalisée avec les moyens du bord sans grand souci esthétique). Cela amoindrit l'impact du logo et tire l'image de marque vers le bas.

## Signature

La signature de marque "la maintenance industrielle" est assez classique et ne porte pas de promesse.

## Accroche Slogan

- Le slogan "présent dans le nord depuis 20 ans" est assez classique et peu percutant. Le fait d'exister depuis 20 ans est un gage de pérennité et rassure le client. Le fait d'afficher son attachement à une région (et sa zone d'action) peut être un facteur intéressant commercialement.
- Aucune accroche.
- Aucune promesse.

## Contenu

- La description du métier est claire. En effet la société a plusieurs métiers qu'il est difficile de résumer en quelques mots. Le résumé retenu est parfaitement adapté.
- Le fait que la société ne fasse pas d'installation d'équipements neufs n'est pas explicite mais devient implicite dans les pages intérieures.

## Mise en page

- La reprise du logo (bord de la camionnette) comme point central de la mise en page est originale et réussie.
- L'effet de lumière venant de la gauche, d'une zone proche du logo donne l'impression que MAINTENORD et les clients vont "accéder ensemble à la lumière". C'est une bonne idée, pas assez exploitée.
- La couleur bleue utilisée dans les parties les plus sombres semble assez proche du bleu de base (couleurs primaires cyan, magenta, bleu) ce qui n'est pas conseillé.
- Le dégradé du fond bleu passe par des teintes violettes, qui ne sont pas du meilleur effet.
- L'aplat blanc n'est pas parfait laissant apparaître des rayures verticales qui enlèvent de l'impact à la mise en forme. Ce problème n'est pas rédhibitoire mais tire plutôt l'image vers le bas.

### **Illustrations**

- Bandeau de 5 photos juxtaposées rappelant le caractère industriel de l'activité de l'entreprise. Réalisation de qualité.
- Bulle "www.MAINTENORD.fr". Elle permet d'équilibrer la page notamment à cause du poids graphique du logo. Réalisation de qualité qui mériterait un police de taille supérieure.

### **Préconisations**

- Faire réaliser un logo par un professionnel, dans le but de tirer vers le haut l'image de marque.
- Trouver un autre slogan plus percutant et moins classique.
- Rajouter une accroche ou une promesse pour se différencier de la concurrence et "donner envie" au client de travailler avec la société.

## Pages intérieures

### Accroche Slogan

- Slogan "votre partenaire en maintenance industrielle". Ce slogan est simple et efficace. Il est adapté aux types de clients de l'entreprise. L'utilisation du "vous" permet de créer de la proximité avec le client qui s'identifie et s'implique.
- Aucune promesse (ex: vous serez surpris par..., travailler avec nous c'est l'assurance de ...)

### Contenu

- 3 métiers
- La description est claire pour un non initié. Le contenu est complet.

### Mise en page

- La lisibilité est médiocre
- La double page manque de cohérence et de structuration
- Les bulles beiges sont de forme ronde ou ovale ce qui participe au sentiment d'instabilité
- La mise en forme du texte reste très "traitement de texte" et les formats de paragraphes sont très différents
- Dans ce contexte, la présentation des trois métiers reste visible, mais insuffisamment mise en avant. C'est dommage car l'idée initiale de cohérence et de complémentarité entre les métiers, que tente de démontrer la composition centrale (photos et flèches), est une bonne initiative.
- L'utilisation de la couleur orange (reprise du logo) sur des fonds de couleur différente (bleu beige) crée une gêne visuelle

### Illustrations

- Les photos sont de taille très différentes (carrés, rectangles, ronds, ovales) ce qui participe au sentiment de confusion.
- Les photos ne sont pas de qualité professionnelle (en dehors de la photo composée présente en haut à droite de la double page). Les sujets non rasés ou en tee-shirt sont à éviter pour une clientèle professionnelle.
- La Bulle "maintenance thermique" n'est pas du meilleur effet et tire l'image de marque vers le bas
- Les photos illustrent assez mal les différents métiers et pourraient s'appliquer à d'autres métiers. Elles ne sont pas assez démonstratives.

### Préconisations

- Faire réaliser la création de la plaquette par un professionnel de la création publicitaire afin de faire ressortir les points forts de l'argumentation, structurer la mise en page et donner une image plus haut de gamme à l'entreprise
- N'utiliser que des photos de qualité professionnelle
- Présenter les métiers de l'entreprise sous un angle plus vendeur (cf. recommandations générales)

## 4<sup>ème</sup> page

### Accroche Slogan

- Aucun slogan.
- Aucune promesse.

### Contenu

- Exemples de réalisation: la liste rassure le futur client sur la capacité de l'entreprise à intervenir dans des domaines assez différents et sur l'expérience accumulée par l'entreprise.
- Références client : les références sont nombreuses et rassurent le futur client.
- Certifications : une seule ligne (peu mise en évidence) pour cet élément important.
- Globalement le contenu est de qualité, mais la mise en page en atténue fortement l'impact.

### Mise en page

- La lisibilité est médiocre. Rien n'est fait pour inciter le lecteur à lire le contenu des paragraphes.
- Les titres "Exemples de réalisation" et "nos clients" ne sont pas assez visibles.
- Le texte n'est pas justifié par rapport au bord de la "camionnette".
- La mise en forme du texte reste très "traitement de texte" et les formats de paragraphes sont très différents.
- L'illustration photo de bas de page relève le niveau de la composition graphique.

### Illustrations

- Bandeau de 4 photos de qualité professionnelle illustrant les références client. Bonne composition.
- Manque d'illustration en général.

### Informations de contact

- Adresse, téléphone, Fax email et suite Web renseignés lisibles et complets.

### Préconisations

- Pourquoi ne pas coupler les exemples de réalisation avec les références client (ex : XXXX maintenance des groupes électrogènes et des chaudières...).
- Mettre en avant les références significatives en terme de technicité ou en terme de notoriété.
- Utiliser le logo des entreprises client (si autorisation) pour simplifier la lecture et renforcer la crédibilité.
- Citer les partenariats techniques.
- Mettre en avant la certification ISO.

# Impact commercial

## Informations sur l'entreprise

- Pas d'indication de chiffre d'affaire, de rentabilité.
- Pas d'indication de part de marché ou de position sur le marché (sauf sur le marché de la maintenance de machines tournantes.
- Pas d'indication sur la composition du capital ou les actionnaires de référence.
- Pas d'indication sur le nombre de salariés.
- Pas d'indication sur l'équipe dirigeante ou le personnel (nom, compétences, diplômes et niveau d'études).
- Indication d'une récompense récente valorisante (Prix CCI).

## Mission

- Elle est indiquée en page 2 "MAINTENORD est spécialisée..."
- Elle n'est pas présentée sous forme de mission ce qui est généralement plus valorisant.

## Segmentation Typologie client

- Elle n'est pas abordée.
- Pas de typologie client (ex: Directeur d'usine, chef d'unité de fabrication, responsable maintenance...).
- Pas de segmentation par secteur d'activité (indiquée uniquement dans les références).
- Pas de segmentation par taille d'entreprise (implicite car les clients sont quasi uniquement des très grandes sociétés).

## Éléments différenciateurs

- Ils ne sont pas clairement spécifiés.
- Il n'y a pas d'argumentaire différenciateur.

## Image de marque

- Société de maintenance.
- Culture d'entreprise à orientation technique centrée sur les prestations et peu sur le marketing et la vente.
- Compétences certaines et reconnues par des clients prestigieux.
- Structure de taille moyenne ne travaillant pas ou peu son image.

## Mix Marketing

- Produit/service : seul le contenu des prestations est décrit.
- Prix : aucune indication du positionnement prix de l'entreprise.
- Distribution : aucune indication du mode de distribution (la vente en direct est implicite).
- Publicité et promotion : aucune indication sur cette partie du mix qui ne semble pas être prioritaire.

## Récapitulatif

### Impression générale

- La réalisation graphique n'est pas de qualité professionnelle (mise en page, couleurs, photographies).
- La plaquette n'est pas à la hauteur du savoir faire de la société.
- La plaquette n'est pas au niveau que peuvent attendre les futurs clients de la société (généralement de très grandes entreprises).
- Les références client, les réalisations, les certifications, les récompenses obtenues ne sont pas assez mises en avant.
- Le contenu est très descriptif et peu tourné vers la vente.

### Préconisations générales

- Repenser le contenu en l'orientant vers les avantages que présente la société par rapport à ses concurrents et vers les bénéfices apportés aux futurs clients.
- Créer un slogan ou une accroche percutante.
- Faire appel à un professionnel de la composition graphique pour améliorer la lisibilité et l'image de marque dégagée par cette plaquette (qui n'est sûrement pas celle souhaitée par l'entreprise).



**CONSEIL EN EFFICACITE  
MARKETING  
VENTE  
COMMUNICATION**

