



JAGUAR

*"LinkedIn nous a aidés à repositionner notre marque et à montrer que nos clients potentiels peuvent vraiment réaliser le rêve de conduire une Jaguar."*

Roland Reid, directeur du marketing, Jaguar Afrique du Sud

## Étude de cas Jaguar Afrique du Sud

Jaguar Afrique du Sud avait besoin de moderniser et raviver sa marque. La société souhaitait communiquer avec les professionnels et acheteurs en entreprise pour leur montrer que ces voitures prestigieuses étaient à leur portée. Pour cela, ils ont créé une page Entreprise sur LinkedIn. Environ un an plus tard, plus de 12 500 personnes suivent l'entreprise. La société a également acquis de précieuses informations sur sa clientèle et jouit d'un puissant réseau social pour donner un nouvel élan à son image de marque.

### Profil de l'entreprise

Jaguar Afrique du Sud vend les célèbres voitures de sport et berlines luxueuses de la marque. Depuis le rachat de l'entreprise par Tata Motors, la marque se réinvente avec de nouveaux modèles et un style plus contemporain.

### Objectifs

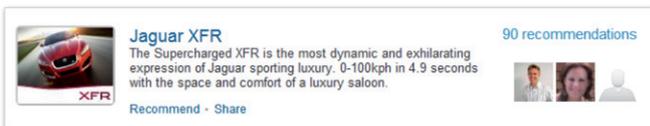
- Passer outre l'image de Jaguar en tant que marque élitiste aux prix inabordables
- Repositionner l'entreprise pour plaire à une audience plus large
- Promouvoir les voitures dans un environnement professionnel et les positionner comme réelles concurrentes des célèbres marques allemandes
- Obtenir des informations sur les clients potentiels et leurs priorités



## Solution

Avec ceci en tête, LinkedIn a aidé Jaguar et son agence Cyberkinetix à créer une page Entreprise sur LinkedIn qui serve de salle d'exposition en ligne pour la marque et ses voitures. "La marque a connu une importante relance," explique Roland Reid, directeur du marketing, Jaguar Afrique du Sud. "Jaguar se réinvente à travers ses automobiles et nous voulons que les gens parlent de la société et de la façon dont elle a évolué. Nous avons trouvé une grande concentration de clients potentiels sur LinkedIn," explique M. Reid, citant le statut de LinkedIn comme leader des sites de réseaux professionnels.

La page promeut les voitures de l'entreprise et permet aux membres de LinkedIn de les recommander à leur réseau, offrant ainsi un soutien fort à la marque. Celle-ci attire également des abonnés qui reçoivent régulièrement les nouvelles de l'entreprise. Les clients potentiels peuvent réserver un test de conduite directement depuis la page, qui compte plus de 12 500 abonnés et des centaines de recommandations.



La société a enrôlé des membres grâce à LinkedIn Ads, aux sondages sponsorisés, à des InMails sponsorisés ciblés (e-mails envoyés directement vers la boîte de réception d'un membre à partir de LinkedIn) ainsi qu'à d'autres promotions dans les médias sociaux et à du marketing plus conventionnel.

*"LinkedIn nous permet d'exploiter les réseaux de leaders d'opinion pour communiquer le message de notre marque."*

Roland Reid, directeur du marketing,  
Jaguar Afrique du Sud

## Pourquoi LinkedIn ?

- Le plus grand réseau de professionnels au monde avec plus de 200 millions de membres
- La capacité à atteindre une audience professionnelle de grande qualité telle que les financiers et les membres de la direction
- La capacité à générer de la viralité grâce aux recommandations
- Un ciblage de précision : Jaguar savait que son message serait vu par les bonnes personnes
- La diffusion gratuite de nouvelles auprès des abonnés
- De puissants outils d'analyse livrant des données concrètes sur les profils démographiques et la participation des membres
- Des statistiques détaillées qui mesurent l'impact

## Résultats

- Plus de 12 500 abonnés
- Plus de 420 recommandations de membres
- Preuve sociale virale lorsque les membres recommandent les voitures Jaguar à leur réseau
- Les abonnés deviennent des porte-parole de la marque
- Informations et retour sur les clients potentiels
- Aide au repositionnement de la marque et à l'atteinte de nouveaux prospects

*"La grande force de LinkedIn, c'est le caractère professionnel de son réseau. Nos clients sont en général sérieux et nous souhaitons leur parler dans un environnement crédible qui soit attractif. C'est exactement le cadre que LinkedIn nous offre."*

Roland Reid, directeur du marketing,  
Jaguar Afrique du Sud

Consultez [emea.marketing.linkedin.com](http://emea.marketing.linkedin.com) pour découvrir comment d'autres annonceurs ont atteint leurs objectifs de marketing.