

PRÉSENTATION

**MERCEDES-
BENZ**

Dossier Final Webmarketing 2024





PRÉSENTATION DE LA MARQUE

- Mercedes-Benz est fondé en 1926 par Paul Daimler, Karl Benz et Jellinek-Mercedes.
- Directeur : Ola Källenius.
- Siège Social : Stuttgart, Allemagne.
- 167 397 employés.
- CA 2023 : 153,2 milliards d'euros.
- Site : [mercedes-benz.fr](https://www.mercedes-benz.fr)

POURQUOI MERCEDES-BENZ ?

Ayant effectué deux stages chez Mercedes, je me suis pris de passion pour cette dernière. J'ai appris que c'est une marque remplie d'histoire. Elle a façonné, à sa manière l'industrie automobile actuelle. Avec un passif dans le sport automobile reconnu dans le monde entier allant de l'endurance à la Formule 1 en passant par la catégorie "DTM". La passion transmise par cette marque m'a poussé à en faire une analyse plus profonde sur ses chiffres et son marketing.



ANALYSE DE MARQUE

✓ POSITIONNEMENT

La marque se positionne en tant que compétiteur de BMW et Audi sur le marché du véhicule haut de gamme/sportif.

✓ IMAGE

La marque allemande incarne le luxe, la sophistication et l'exclusivité, attirant l'attention et suscitant l'admiration partout où elle passe.

✓ AVANTAGE

“Le large éventail de secteurs que nous servons rend notre activité résiliente, ce qui constitue un avantage concurrentiel important.”



MA STRATÉGIE WEB

ANALYSE WEB

Mon analyse “WEB” va principalement se porter sur le trafic du site [Mercedes.fr](https://www.mercedes.fr) afin de comprendre qui sont les réelles cibles. Cela permettra également de voir quels sont les mots-clés principaux recherchés.



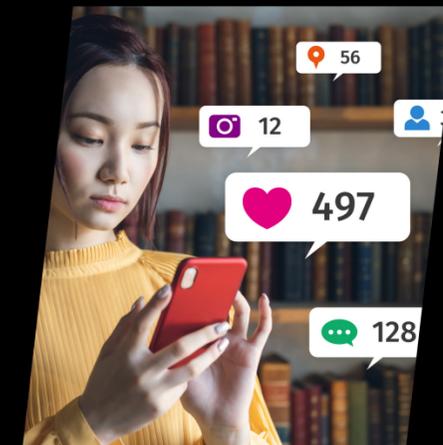
ARTICLES SEO

Les articles présents dans ce dossier servent à appuyer les mots-clés les plus utilisés par les utilisateurs à la recherche d'informations sur la marque Mercedes.



RÉSEAUX SOCIAUX

Pour cette partie, l'analyse porte sur les réseaux sociaux les plus utilisés par la population afin de pouvoir comprendre le positionnement de la marque sur ces derniers.



TRAFIC DU SITE

mercedes-benz.fr Web Traffic by Country

Share 

Which countries sent the most traffic to mercedes-benz.fr lately? Where is their core audience from? Last month France was the top country sending desktop traffic to mercedes-benz.fr – click below to discover all countries



Top Countries

-  France
87.56% ▼ 20.25%
-  Belgium
2.38% ▼ 54.21%
-  Réunion
2.02% ▲ 378.3%
-  Morocco
1.18% ▼ 22.09%
-  Guadeloupe
0.96% ▼ 73.51%
-  Others
5.9%

[See all countries →](#)

TRAFIC DU SITE

mercedes-benz.fr Website Traffic Demographics

Share 

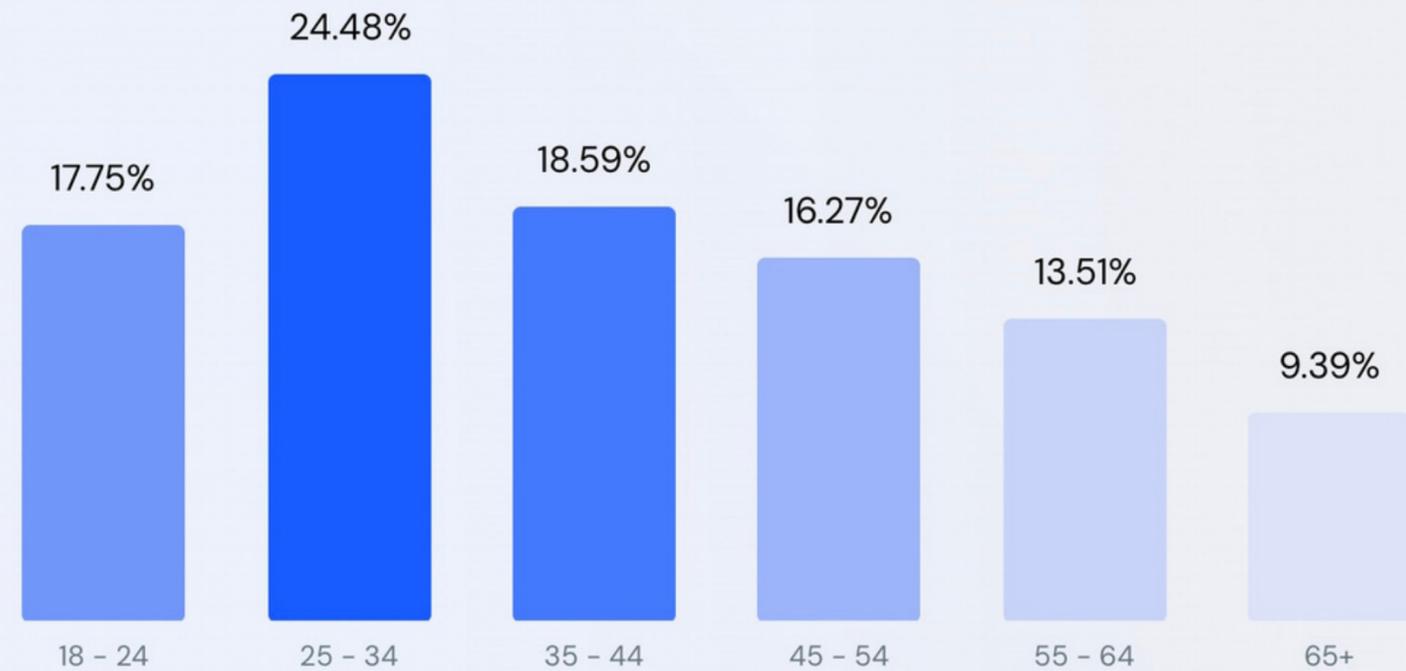
Audience composition can reveal a site's current market share across various audiences. mercedes-benz.fr's audience is 66.19% male and 33.81% female. The largest age group of visitors are 25 - 34 year olds.

Gender Distribution



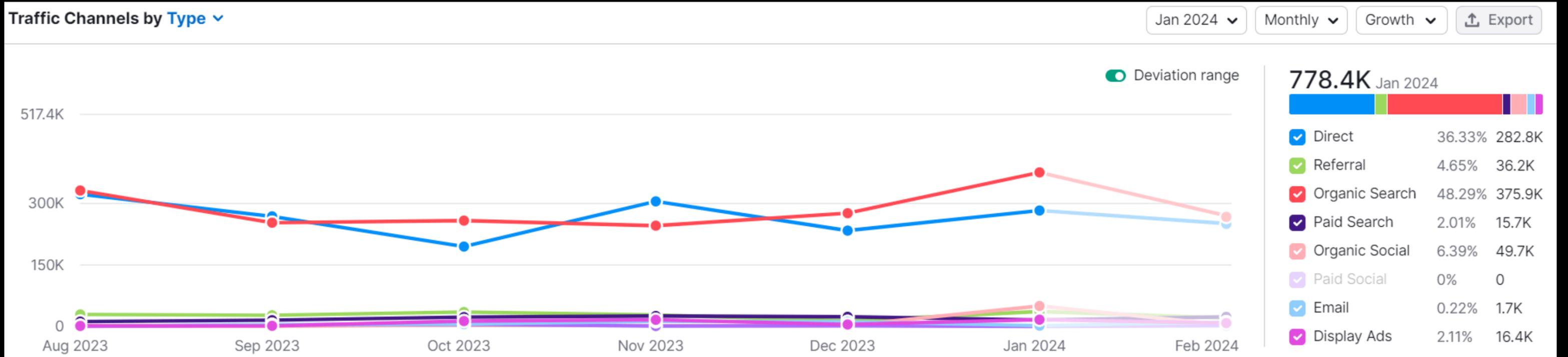
Female 33.81% Male 66.19%

Age Distribution



 similarweb

TRAFIC DU SITE



TRAFIC DU SITE

mercedes-benz.fr Top Keywords by Traffic Share

See the list of top keywords driving organic traffic to mercedes-benz.fr (Desktop, worldwide)

Organic vs. Paid ⓘ

Share 



Top Keywords ⓘ

mercedes	49.3K
VOL: 2,649,960	\$0.67
mercedes benz	3.3K
VOL: 1,077,820	\$1.05
mercedes occasion	2.6K
VOL: 19,770	\$0.46
mercedes configur...	1.8K
VOL: 3,700	\$1.40
mercedes-benz	1.5K
VOL: 153,030	\$--
1.5K Others	
See more →	


Total Keywords
1.5K

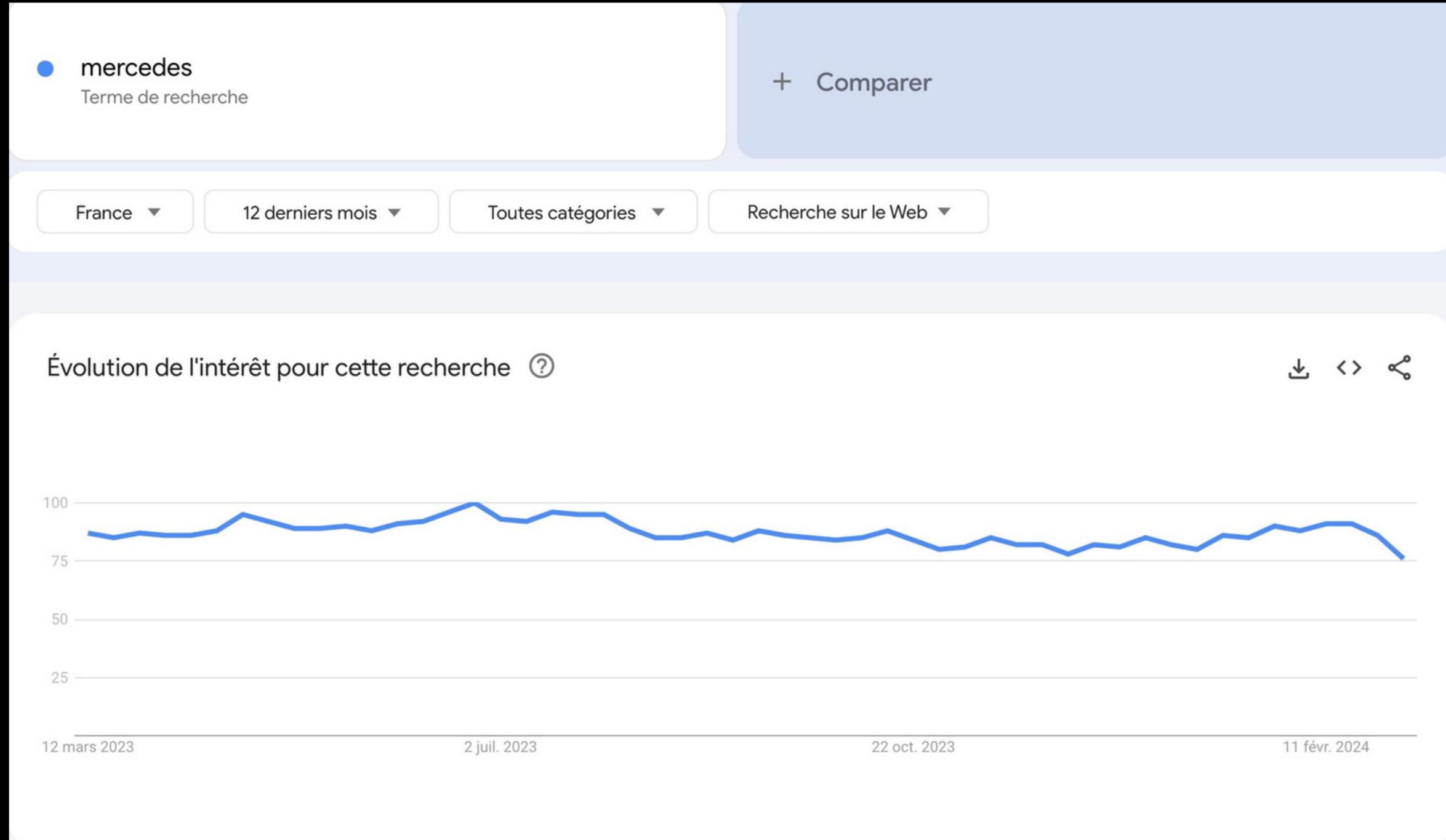
 similarweb



UTILISATEURS DU SITE

Grâce à ces données et ces graphiques, nous pouvons comprendre comment est constitué le trafic du site Mercedes France : les cibles principales sont les hommes (66,19%) français (87,56%) de la tranche d'âge des 25-34 ans ; la recherche organique est le plus grand trafic du site (48,29%) ; le mot-clé principal est "mercedes".

TENDANCES DE LA MARQUE



TENDANCES DE LA MARQUE

Sujets associés 

En progression 



1 Mercedes-Benz Group - Marque automobile	Record	
2 Daimler AG - Sujet	Record	
3 eqs - Sujet	+2200 %	
4 Mercedes-Benz Classe E - Sujet	+400 %	
5 Porsche - Sujet	+200 %	

< Affichage des thèmes 1 à 5 sur 17 >

Requêtes associées 

En progression 



1 2024 mercedes	+1650 %	
2 mercedes e class 2024	+700 %	
3 mercedes blanche	+350 %	
4 mercedes cle	+250 %	
5 mercedes mone	+250 %	

< Affichage des requêtes 1 à 5 sur 18 >

TENDANCES DE LA MARQUE

Grâce au trafic analysé, nous pouvons comprendre que la cible principale de Mercedes s'intéresse à l'avenir de la marque pour 2024 avec un intérêt actuel des recherches en légère baisse.

MOTS CLÉS DU SITE

Mot clé	Position	Volume de recherches	Difficulté SEO	CPC SEA	Trafic	Trafic en %
mercedes	1	301000	52	0,49 €	240800	15,03
mercedes classe a	1	90500	45	0,36 €	72400	4,52
mercedes amg	1	40500	40	0,55 €	32400	2,02
mercedes gla	1	40500	37	0,37 €	32400	2,02
mercedes occasion	1	33100	50	0,37 €	26480	1,65
mercedes classe c	1	33100	44	0,40 €	26480	1,65
mercedes classe g	1	27100	35	0,24 €	21680	1,35
mercedes benz	1	27100	58	0,53 €	21680	1,35
mercedes gle	1	22200	37	0,72 €	17760	1,1
glc mercedes	1	18100	31	0,33 €	14480	0,9
mercedes car gle	1	18100	33	0,72 €	14480	0,9
mercedes classe b	1	18100	42	3,24 €	14480	0,9
mercedes classe e	1	18100	42	0,53 €	14480	0,9
mercedes cla	1	18100	42	0,41 €	14480	0,9
mercedes vito	1	14800	32	0,34 €	11840	0,73
4x4 mercedes	1	12100	28	0,21 €	9680	0,6
classe a mercedes	1	12100	44	0,38 €	9680	0,6
gle mercedes	1	12100	34	0,68 €	9680	0,6
gla mercedes	1	12100	35	0,37 €	9680	0,6
mercedes amg gt	1	12100	41	0,82 €	9680	0,6
mercedes classe s	1	12100	40	0,18 €	9680	0,6
mercedes glb	1	9900	38	0,37 €	7920	0,49
suv mercedes	1	9900	31	0,42 €	7920	0,49

MOTS CLÉS CIBLÉS

Les mots-clés importants ciblés sont “mercedes” et “class a”. Cependant, ces mots sont trop génériques, c’est-à-dire une trop grosse concurrence. Il vaut mieux faire une longue traîne pour obtenir plus de visibilité : “la nouvelle mercedes class a 2023”.

MERCEDES



250 SE

LE FILM DE L'ESSAI

PARIS-ORLÉANS-BOURGÉS-MOULINS-CLERMONT-FERRAND :
(406 km.)

Malgré un départ très matinal, nous sommes gênés jusqu'à Orléans et dans cette ville par une circulation importante. La visibilité est très bonne et nous atteignons Clermont en 3 h 21 mn, à la moyenne de 121,1 km/h.

CLERMONT-FERRAND-LE PUY-LAVALÈVE : (212 km.)

La route des gorges de l'Allier est en travaux jusqu'à Issoire mais, après, la route est bien dégagée sauf aux abords du Puy. Le temps est toujours beau et nous arrêtons le chronomètre à Laveade après 2 h 09 mn, soit une moyenne de 98,6 km/h.

LAVEVADE-CROIX-DE-BAUZON-SAINT-LAURENT-LA BASTIDE :
(64 km.)

La route est déserte mais la largeur de la Mercedes s'accommode mal de l'étréoussesse de la route. Nous parvenons à La Bastide en 53 mn à la moyenne de 72,4 km/h.

LA BASTIDE-VILLEFORT-LES VANS-VALLON-PONT-D'ARC-BOURG-SAINT-ANDEOL : (115 km.)

Les conditions sont toujours bonnes et la circulation presque nulle. Dans la vallée du Rhône, notre temps est de 1 h 21 mn, ce qui nous donne 85,1 km/h de moyenne.

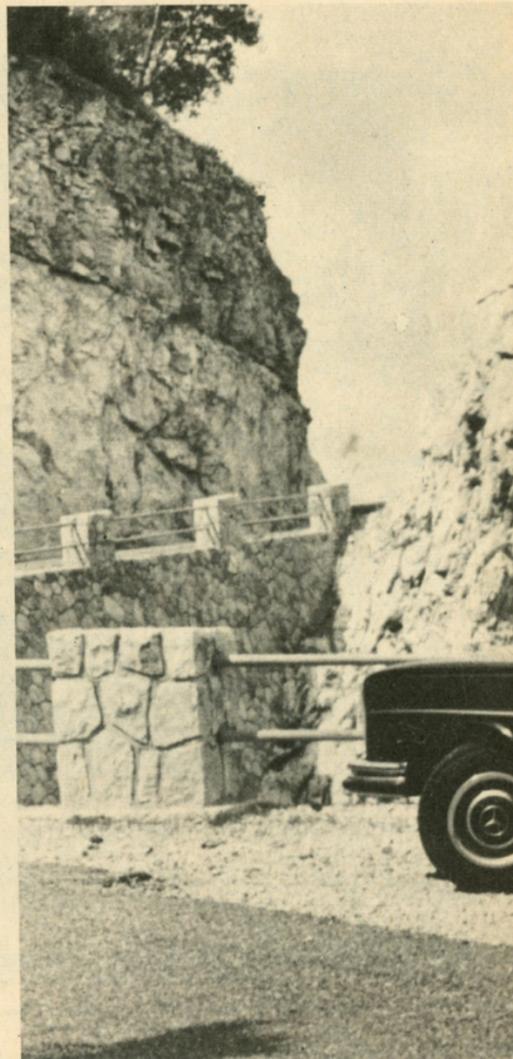
BOURG-SAINT-ANDEOL-TOURNON-LYON-TASSIN : (183 km.)

Nous retrouvons-là une route encombrée mais un Mistral d'une rare violence nous pousse vers le nord et nous atteignons le faubourg de Lyon en 1 h 39 mn, à la moyenne de 110,8 km/h.

LYON-ROANNE-MOULINS-NEVERS-PARIS : (475 km.)

Les poids lourds sont nombreux sur la N 7 et nous essayons quelques averses vers Tarare. La traversée des villes est assez difficile et nous rejoignons Paris de nuit en 4 h 13 mn à la moyenne de 112,6 km/h.

Moyenne générale de l'essai : 1455 km parcourus en 13 h 36 mn, soit à la moyenne de 112,6 km/h. Sur ce parcours, notre consommation a été de 14,8 litres aux 100 km.



Une

largeur et 25 mm en longueur que la 220. Elle abaissée de 60 mm et son poids en ordre de marche de 1 500 kg.

Performances

Sur la piste de Montlhéry, par un vent presque nul nous avons obtenu la vitesse de 187,9 km/h. Avec quatre personnes à bord, le temps du meilleur tour est pratiquement le même à 1/5 de seconde près que nous avons 187,2 km/h. La puissance du moteur est donc indéniable et il convient de rapprocher ces chiffres de ceux de l'ancienne 220 SE qui n'avait pu dépasser 172 km/h. Le gain est, on le voit, important et, sur autoroute, la 250 SE peut rouler à 190 km/h au chronomètre comme l'indique le constructeur. De plus, cette vitesse est obtenue rapidement et se maintient fort longtemps sans donner l'impression d'une fatigue quelcon-

QU

● Pe

● Fr

● Tr

● Su

● Lar

ARTICLES WEB

CHOIX DES SUJETS

J'ai choisi des sujets qui traitent les nouveautés de la marque Allemande. Ainsi que les sujets les plus recherchés par les internautes.

CIBLES D'ARTICLES

Les cibles de ces articles sont les personnes passionnés par la marque, mais aussi au grand public pour cibler les potentiels acheteurs.

MOTS-CLÉS

Afin de toucher plus de personnes avec les articles, la longue traîne est la meilleure solution.

KPI D'ARTICLES

J'ai rédigé des articles de qualité, optimisés SEO pour être visibles sur Google.

UNE Mercedes entièrement nouvelle est toujours un événement important du fait même de sa rareté. Au dernier Salon de Francfort, la grande marque de Stuttgart a remanié entièrement sa gamme de voitures et a présenté une carrosserie redessinée ainsi qu'un moteur lui aussi revu et corrigé. Ces travaux ont donné naissance à la série Mercedes 250 qui est livra-



1ER ARTICLE

Introduction de la Mercedes-Benz Class A 2023



La Mercedes-Benz Class A 2023 est la dernière version de cette berline compacte emblématique de la marque allemande. Avec des mises à jour significatives en termes de design, de performances et de technologie, la Class A 2023 promet une expérience de conduite inégalée.

Dans cet article, nous explorerons les caractéristiques clés et les spécifications de la Class A 2023, son design extérieur et ses fonctionnalités intérieures, ses

2ÈME ARTICLE

Avis et témoignages des clients sur la Smart Brabus 1 électrique



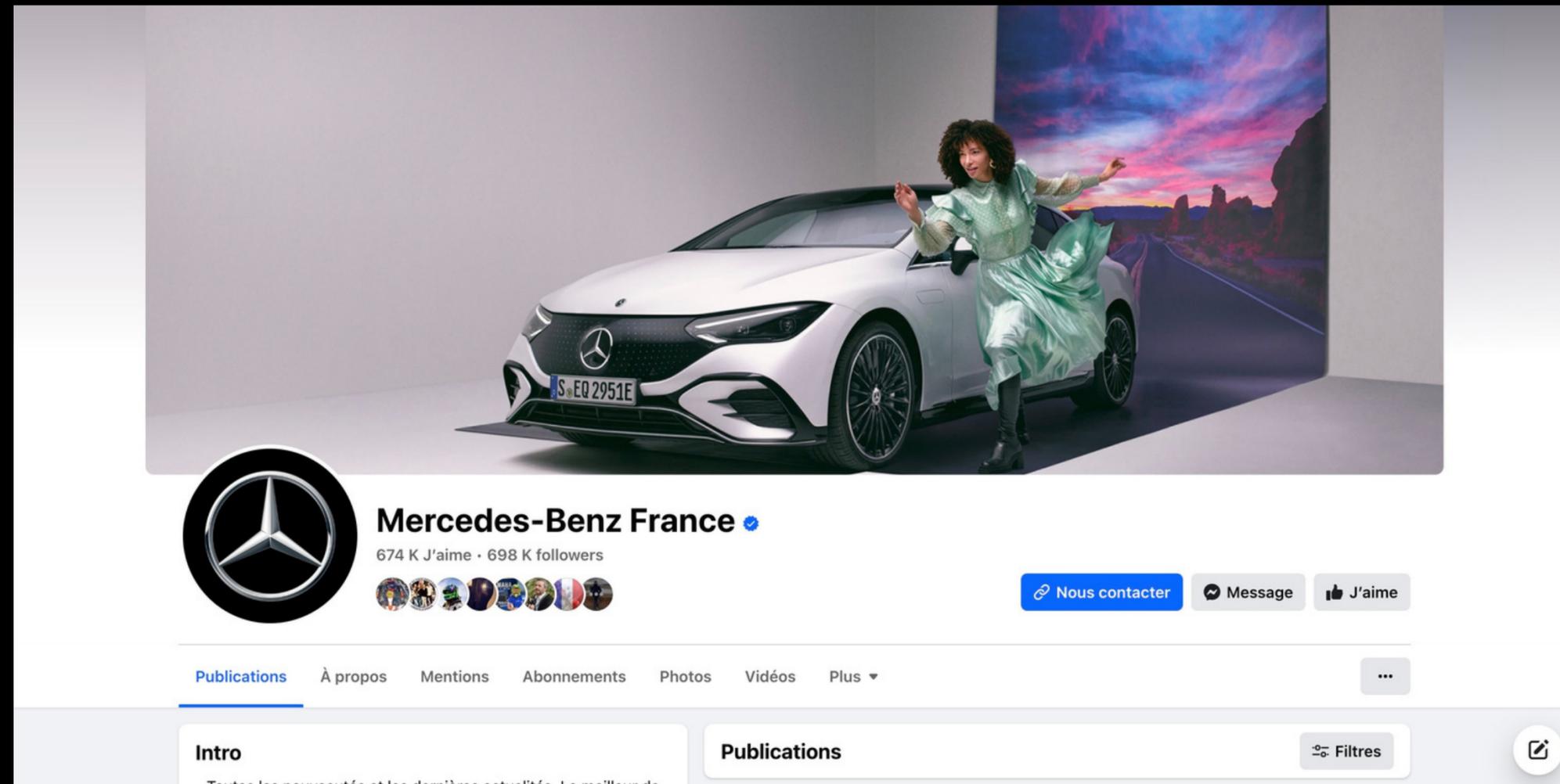
Les clients qui ont choisi la Smart Brabus 1 électrique sont ravis de leur choix. Ils soulignent la qualité de construction, les performances impressionnantes et le

ARTICLES WEB

J'ai choisi ces 2 sujets d'article car :

- Informer les utilisateurs des nouveautés de la marque.
 - Les mots-clés principaux tels que “mercedes” sont bien présents dans les articles ce qui va attirer les personnes à lire.
 - Recueillir des avis pour démontrer la grande qualité de Mercedes.
 - Cibler les potentiels nouveaux acheteurs ainsi que les fidèles de la marque.
-

FACEBOOK



- 2 publications par semaine.
- Les publications Facebook sont axées sur les nouveautés et sur l'histoire.
- Les photos et vidéos publicitaires horizontales sont les médias et formats privilégiés.

ANALYSE FACEBOOK

Mercedes-Benz France 30 janvier · 🌐

Une classe d'avance, depuis 1886. Il y a 138 ans, nous avons breveté la toute première voiture ! Le 29 janvier, Carl Benz a déposé une demande de brevet pour sa voiture à trois roues. Depuis, ce jour est considéré comme l'anniversaire de l'automobile.

#UneClasseD'Avance #MercedesBenz #MBMuseum
Pour les trajets courts, privilégiez la marche ou le vélo. #SeDéplacerMoinsPolluer



58 9 commentaires 12 partages

Mercedes-Benz France 22 janvier · 🌐

Les couleurs peuvent jouer sur notre humeur, notre niveau d'énergie et notre bien-être global. Détendez-vous avec l'une des 64 options de couleur du système d'éclairage d'ambiance actif de l'EQE.

📺 dscvr.twins pour #MBcreator
En savoir plus : https://mb4.me/EQE_FR... En voir plus



118 6 commentaires 6 partages

Mercedes-Benz France 20 janvier · 🌐

C'est un espace de confort et de sécurité, un bureau et un cinéma. C'est une Mercedes-Benz. Depuis 1886.

#UneClasseD'Avance #MercedesBenz
Pour les trajets courts, privilégiez la marche ou le vélo. #SeDéplacerMoinsPolluer



41 2 commentaires 11 partages

- Bonnes pratiques : Explication et mise en valeur de la qualité des véhicules.
- Pistes d'amélioration : Essayer de rester plus proche de la communauté en les faisant interagir. Le taux d'engagement respectif des trois publications ci-dessus sont : 0,011% ; 0,018% et 0,0077%. Le taux d'engagement est extrêmement faible.



More options icon, Direct message icon, Follow button

Mercedes-Benz France

@MBFRANCE_

Bienvenue sur le compte officiel Twitter de Mercedes-Benz France.

France [mb4.me/provider_priv...](#) Joined February 2017

30 Following 30.2K Followers

Followed by CEMCEM

- Posts Replies Media Likes

Mercedes-Benz France @MBFRANCE_ · Mar 2

La perfection dans les moindres détails. Des lignes épurées et des proportions dynamiques à l'extérieur, des formes fluides et des matériaux luxueux à l'intérieur. Il ne manque plus que vous !

[mb4.me/GLC_SUV_PHEV_FR](#)

#MercedesBenz #GLC #SeDéplacerMoinsPolluer



- Entre 1 et 3 publications par semaine.
- Les "tweets" sont axés sur la publicité.
- Les photos et les vidéos sont les médias privilégiés pour les publications.

ANALYSE X

← Post

 Mercedes-Benz France
@MBFRANCE_

L'EQE crée un univers à lui tout seul grâce à ses fonctions personnalisables telles que l'éclairage d'ambiance actif et le système audio Burmester intégré.

Pour en savoir plus : mb4.me/EQE_FR

 @lukaskorschan

#MercedesBenz #Electric #EQE
#SeDéplacerMoinsPolluer

Translate post



12:00 PM · Feb 19, 2024 · 598 Views

← Post

 Mercedes-Benz France
@MBFRANCE_

Le système de l'Hyperscreen MBUX est doté d'une intelligence artificielle (IA) avancée, s'adaptant aux préférences du conducteur et offrant une expérience personnalisée.

mb4.me/EQS_int_FR

 @itsbigben pour #MBcreator

#MercedesBenz #EQS #Electric
#SeDéplacerMoinsPolluer

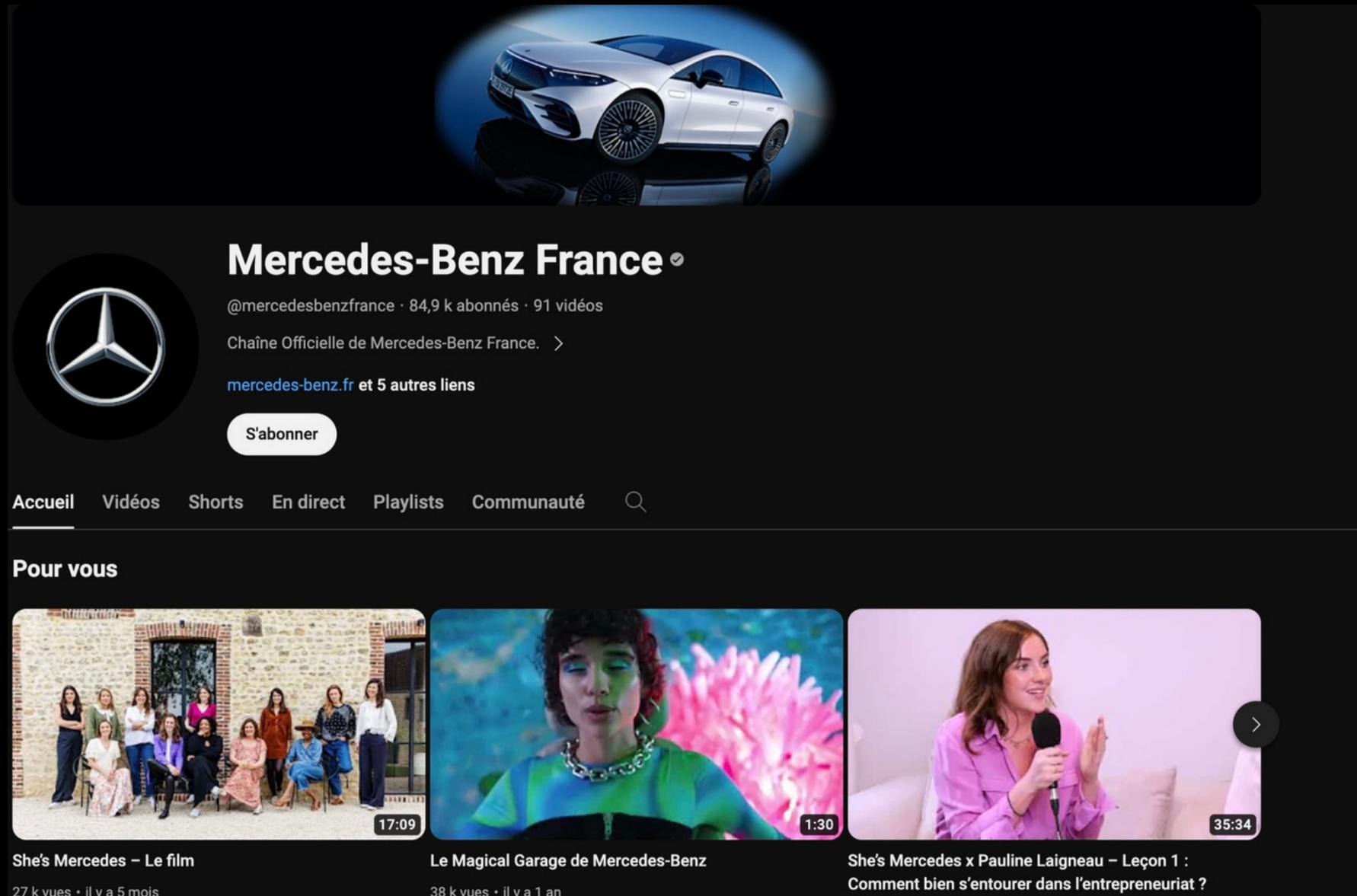
Translate post



12:00 PM · Feb 25, 2024 · 803 Views

- Bonnes pratiques : Renseigne les utilisateurs sur les nouveautés.
- Pistes d'amélioration : Essayer d'être plus proche de la communauté. Le taux d'engagement par publications respectives est de : 0,019% et 0,029%.

YOUTUBE

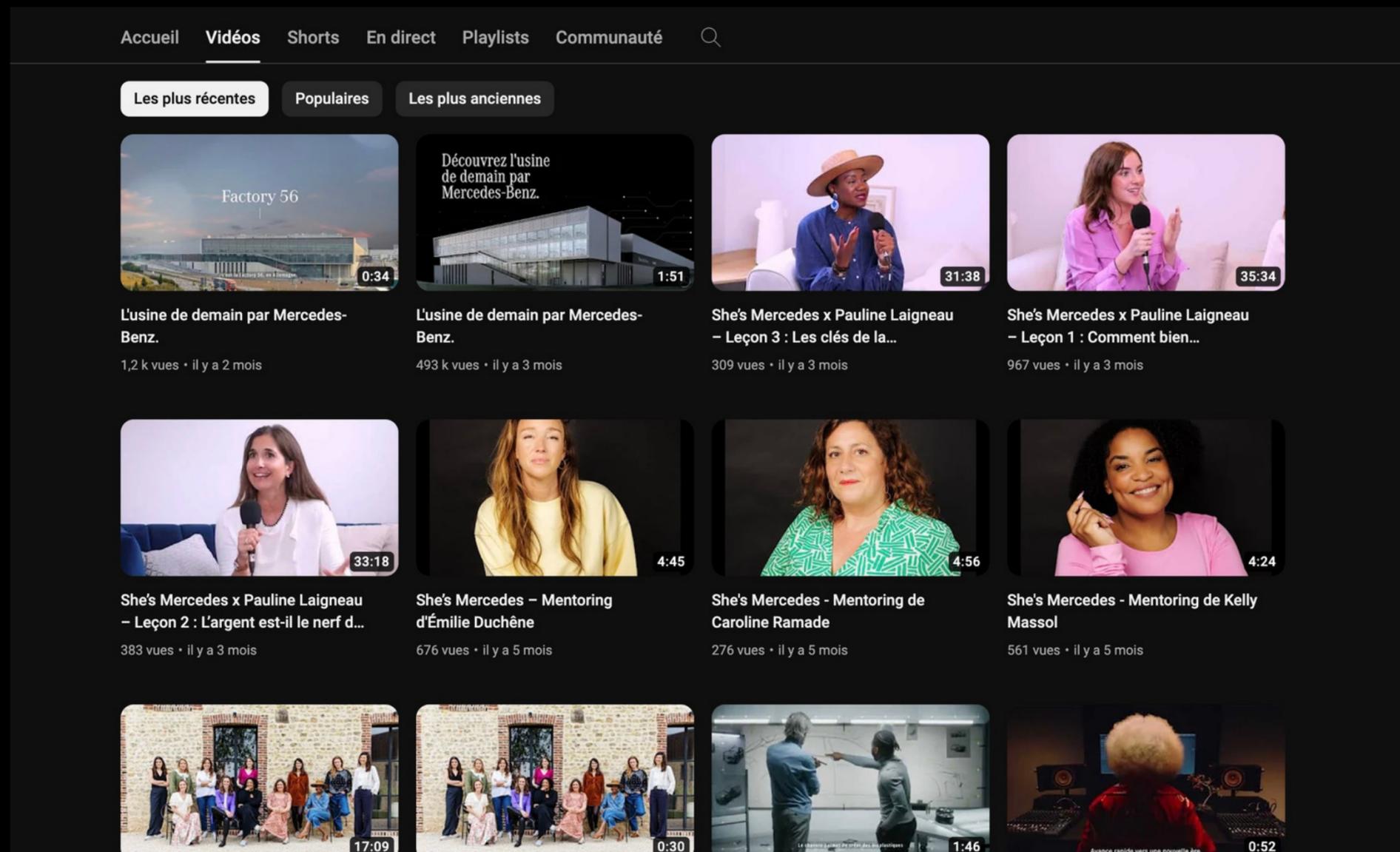


The image shows the YouTube channel page for Mercedes-Benz France. At the top, there is a banner image of a white Mercedes-Benz car. Below the banner is the channel name "Mercedes-Benz France" with a verified badge, the handle "@mercedesbenzfrance", 84,9 k abonnés, and 91 vidéos. The channel is described as the "Chaîne Officielle de Mercedes-Benz France." and includes a link to "mercedes-benz.fr et 5 autres liens". A "S'abonner" button is visible. The navigation menu includes "Accueil", "Vidéos", "Shorts", "En direct", "Playlists", and "Communauté". The "Pour vous" section features three video thumbnails: "She's Mercedes – Le film" (17:09, 27 k vues), "Le Magical Garage de Mercedes-Benz" (1:30, 38 k vues), and "She's Mercedes x Pauline Laigneau – Leçon 1 : Comment bien s'entourer dans l'entrepreneuriat ?" (35:34).

- Entre 1 et 3 publications par mois.
- Les vidéos sont axées sur les sentiments et les nouveautés.
- La publicité est le format privilégié de Mercedes sur YouTube.

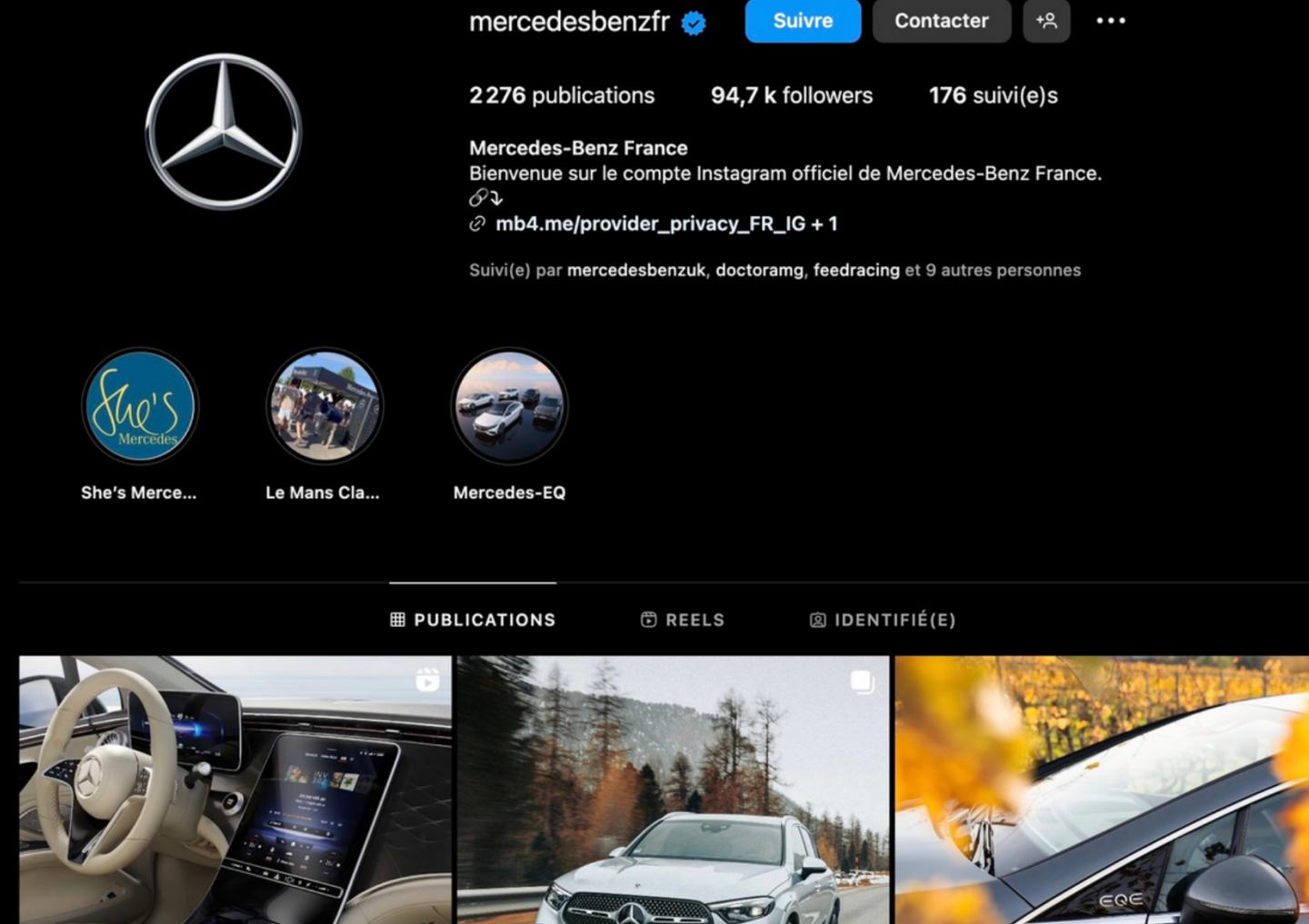
ANALYSE YOUTUBE

- Bonnes pratiques : Mise en valeur de la marque par des personnes “extérieures” à la marque.



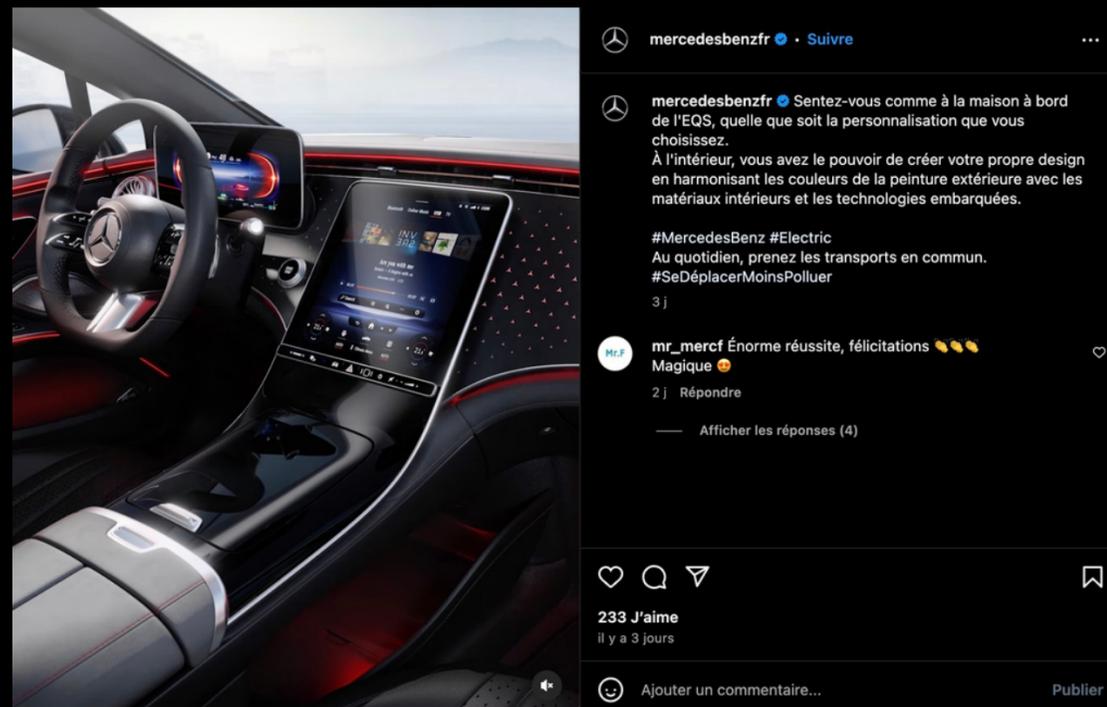
- Pistes d'amélioration : Essayer de faire plus de contenu avec leurs influenceurs (pilotes par exemple). Le taux d'engagement ici est très variable : 1,4% sur la dernière vidéo contre 548,8% sur l'avant-dernière vidéo.

INSTAGRAM



- Entre 2 et 4 publications par semaine.
- Les publications Instagram sont axées sur les nouveautés et les technologies de la marque.
- Les photos au format vertical, publicitaire sont les publications privilégiées.

ANALYSE INSTAGRAM



- Bonnes pratiques : Développe et bonnes explications des nouveautés.
- Pistes d'amélioration : Essayer de faire plus de contenu proche de la communauté, le taux d'engagement sur Instagram est d'environ 0,37%. C'est un taux d'engagement faible pour le nombre d'abonnés (94,8K).

RÉSEAUX SOCIAUX

Après avoir analysé les quatre réseaux sociaux les plus utilisés par les internautes dans le monde, nous pouvons tirer une conclusion sur le placement de Mercedes France sur ces derniers :

- Points positifs : Sur les 4 réseaux, la marque est présente avec des publications bien construites et bien détaillées sur les produits présentés, expliquant tous les points importants.
 - Points d'améliorations : Les publications sont trop répétitives, pour les 3/4 des réseaux sociaux sont de la publicité donc lassant pour les utilisateurs, ce qui amène à un taux d'engagement très faible. Il faut être plus proche de la communauté, travailler sur l'UGC pour leur donner un sentiment d'appartenance à la marque.
-

CALENDRIER ÉDITORIAL

1 semaine de publications sur les nouveautés et les expériences clients.

- ✓ Permettre de tenir au courant des dernières nouveautés.
- ✓ informer sur les nouveautés.
- ✓ Rester au contact de la communauté.
- ✓ Convaincre des potentiels acheteurs grâce aux expériences clients.



CALENDRIER ÉDITORIAL

CALENDRIER EDITORIAL

Semaine n° 04
Du 22/01/24 au 29/01/2023

Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none">• Annonce sur les réseaux sociaux avec des images exclusives et des caractéristiques clés de la nouvelle Mercedes-Benz Classe S.• Article détaillé sur le blog officiel de Mercedes présentant les innovations technologiques et le design de la Classe S.• Teaser vidéo sur YouTube offrant un aperçu des performances et des fonctionnalités de pointe de la nouvelle voiture.	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none">• Partage sur les réseaux sociaux d'une histoire émouvante d'un client satisfait de sa Mercedes EQC.• Publication d'un article de blog mettant en lumière l'expérience du client avec sa Mercedes EQC, en mettant l'accent sur la durabilité et la performance.• Session de questions-réponses en direct sur Instagram avec le client pour permettre aux abonnés de poser des questions sur son expérience.	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none">• Infographie partagée sur les réseaux sociaux offrant des conseils de conduite essentiels pour les conditions hivernales avec une Mercedes-Benz équipée du système 4MATIC.• Article sur le blog présentant des conseils détaillés pour préparer sa voiture et adapter sa conduite en hiver.• Vidéo tutorielle sur YouTube expliquant les fonctionnalités de sécurité hivernale de Mercedes-Benz et comment les utiliser efficacement.	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none">• Diffusion en direct sur les réseaux sociaux de l'événement de dévoilement de la Mercedes-AMG GT 63s E-Performance depuis un lieu exclusif.• Interviews en direct avec des représentants de Mercedes et des experts automobiles pour discuter des performances et de la technologie de la voiture.• Interaction en temps réel avec les spectateurs pour répondre à leurs questions et recueillir leurs impressions sur la nouvelle voiture de sport hybride.	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none">• Publication sur les réseaux sociaux de vidéos d'archives illustrant les innovations de Mercedes-Benz en matière de sécurité automobile au fil des décennies.• Article de blog détaillant l'évolution des technologies de sécurité chez Mercedes-Benz, de la ceinture de sécurité aux systèmes avancés d'assistance à la conduite.• Partage d'anecdotes et de faits historiques sur les avancées de Mercedes-Benz en matière de sécurité automobile.	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none">• Partage sur les réseaux sociaux d'une initiative de sensibilisation à l'environnement menée par Mercedes-Benz en partenariat avec une organisation non gouvernementale.• Vidéo documentaire mettant en lumière les efforts de préservation de l'environnement de Mercedes-Benz et son engagement envers la durabilité.• Appel à l'action invitant la communauté à soutenir l'ONG et à participer à des actions de protection de l'environnement.	<p>Contenu :</p> <ul style="list-style-type: none">• Publication sur les réseaux sociaux résumant les moments forts de la semaine, y compris le lancement de la nouvelle Mercedes-Benz Classe S, les témoignages clients et les événements communautaires.• Montage vidéo sur YouTube mettant en avant les moments les plus mémorables de la semaine d'un point de vue visuel dynamique.• Invitation à suivre les plateformes de médias sociaux de Mercedes-Benz pour rester informé des actualités et des événements à venir.

PUBLICATIONS SUR LES RÉSEAUX



✓ Ce sont les réseaux sur lesquels les personnes sont le plus actif.

✓ Meilleur point de contact.

3

PUBLICATIONS

3

RÉSEAUX

PUBLICATION INSTAGRAM



mercedesbenzfr · Following



1,768 j'aimes

mercedesbenzfr Introduction de la nouvelle GT63 S E-Performance, regardez la rediffusion du live de lancement pour en savoir plus...👂👂 🥰 ... more

View all 46 comment

1 days ago

PUBLICATION X



Mercedes-Benz France
MBFRANCE_

Retrouvez le témoignage d'un client sur le nouveau EQC grâce au lien dans notre biographie. 📄



4:17 PM. Jan 23, 2024 . [Twitter for iPhone](#)

489 Retweets 1k Likes



PUBLICATION FACEBOOK



Mercedes-Benz France

January, 29th a 4:45am · 🌐

Icone de la marque, caractérisée par son élégance et son confort, venez découvrir en concession la toute nouvelle Class S. ✨



2k

32 Comments 389 Shares



Like



Comment

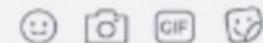


Share

View more 32 Comments



Write a comment...



CONTACT



Dossier réalisé par Noah Barisic

contact@noahbarisic.fr

noahbarisic.fr
