



# Webinar

## Channel Marketing : les plateformes de marketing à la demande

vendredi 20 octobre 2017

#CMIT @CMITfr

**Un webinar animé par:**

*Yvanie Trouilleux, Marketing Manager, Mitel*



**Avec les témoignages de :**

*Patricia Thielois, EMEA Channel Marketing Leader, Veritas Technologies*

*Solen Carreau, Field Marketing Manager, Panasonic System Communications Europe*



# Le channel marketing évolue

- Nouveaux KPIs
- Nouvelle culture du Rol
- Automatisation des process channel marketing
- Nouveaux mécanismes pour animer le channel
- Accès aux End-Users via le Channel





# Le content marketing: nouveau socle du channel marketing

- Adopter une stratégie de contenu
- Disposer d'une équipe "content" interne !?
- Adapter les contenus pour une utilisation par le channel et sur la plateforme en cobranding

>> La plateforme de marketing à la demande n'est qu'un mécanisme parmi d'autres pour la promotion et la diffusion des contenus





# Qu'est-ce qu'une plateforme de Marketing à la demande ?

- Permet d'offrir aux partenaires les outils nécessaires et prêts à l'emploi pour gérer des campagnes de génération de leads.
- Met à disposition d'une série de campagnes marketing pré-conçues et prêtes à l'emploi
- Partage différents contenus co-brandables disponibles dans chaque campagne (emailing, landing page, bannière web, video, livre blanc, etc)
- Propose une mise en oeuvre simple et rapide



# Les cibles d'une plateforme de Marketing à la demande ?

- Partenaires 1 tier
  - majoritairement les mid-tiers (Gold/silver)
- Partenaires 2 tier et recrutement de nouveaux partenaires
  - via la distribution (authorized/registered)
- Partenaires avec ou sans équipe marketing
  - Usages différents selon la structure marketing du partenaire



# Les objectifs d'une plateforme de Marketing à la demande

- Pour l'éditeur:
  - Homogénéiser les messages
  - Développer l'empreinte de la marque sur le marché
  - Accéder à l'utilisateur final au travers du channel
  - Contrôler l'activité marketing du partenaire
- Pour le partenaire:
  - Bénéficier d'un service marketing de substitution, simple, gratuit et prêt à l'emploi
  - Générer des campagnes de lead generation facilement et rapidement



# Comment choisir sa plateforme?

- Editeur dédié, spécialisé ou agence de communication
- Gestion interne ou externalisée
- Choisir les fonctionnalités
  - Co-branding, personnalisation à la charte graphique du partenaire, personnalisation du texte des contenus HTML, boilerplate, service de routage, statistiques, brand advocacy, intégration CRM et applications métier, etc
- Proposer des Services additionnels
  - Conciergerie
- S'assurer de l'évolution de la plateforme



# Comment lancer et faire vivre sa plateforme?

1. Développer un contenu varié et régulier
2. Offrir la confidentialité, sinon rien
3. Engager un plan de communication continu
4. S'assurer de la convivialité, de la simplicité, de l'efficacité de la plateforme
5. Garantir la gratuité de l'outil
6. Accompagner les partenaires dans l'adoption de l'outil

Tribune : 5 bonnes pratiques pour déployer une plateforme de marketing à la demande





## Les limites

- L'adoption de la plateforme n'est pas simple
- Le budget peut être significatif
- La problématique des bases de données
- Quid des leads générés ?



# Retour d'expérience

# VERITAS™



## Pourquoi Veritas Plateforme marketing à la demande

- « Influencer » le Partenaire à relayer les Campagnes Veritas
- Générer des leads facilement et gratuitement pour les partenaires
- Adresser les Partenaires Mid-tiers (Gold / silver) et recruter des nouveaux partenaires (registered) via la Distribution
- Fournir du contenu aux Partenaires

**VERITAS**<sup>™</sup>



## Evolution

### Veritas Plateforme marketing à la demande

- Mise en place d'une « Conciergerie »
- Approche de plus en plus « Partner Targeted »
- Campagne in the Box & Campaign to Go , puis Social Content & Web content Syndication
- Des campagnes Awareness & Produits pour suivre le sales Funnel au travers des Partenaires
- Exécution de Campagnes suivies par du télémarketing

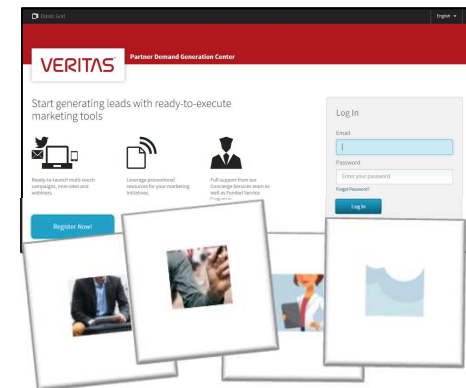
**VERITAS**<sup>™</sup>



## Mesures & Succès

- 4 campagnes en ligne
- 258 partenaires enregistrés (EMEA)
- 112 partenaires ont exécutés 458 campagnes touchant 572 916 contacts
- 1609 Net New leads
- Moy utilisation Grid : 3 campagnes / partenaire -> Moyenne Veritas EMEA : 4.3.

<https://veritas.elasticgrid.com>





# Témoignage Panasonic

## **Date de Lancement :**

2013 Lancement européen du Toughbook Engage Partner Portal

Gestion du Portail par une agence externe

2017 Lancement de la nouvelle plateforme de Partner Relationship Management (PRM)

Gestion du Portail en interne et rapprochement du PRM au CRM Oracle

## **Types de Contenus :**

Gestion des Leads et des Opportunités

Gestion des Budgets MDF

Accès à des campagnes co-brandées

Accès à la Toughbook University

Accès privilégié à des produits de demo

## **Mesure du Succès :**

Nombre de Partenaires selon les types de Partenaires

Nombre de Leads générés par les campagnes emailings

Nombre d'Opportunités gagnées et donc de Pipeline généré

Nombre de Partenaires formés par les webinaires ou la Toughbook University



# Témoignage Panasonic

**News Panel**

Announcements:

\*Introducing the CF-33\*

Links:

- [Toughbook University](#)
- [Introduction to PRM](#)

Navigation icons: Partners, MDF, Leads, Deal Registrations, Opportunities, Accounts, Contacts, Activities, Analytics, Business Plans, Getting Started, Marketplace, Worklist, Mass Transfer, Toughbook University

**THE TOUGHBOOK**  
Engage Partner Programme

**Champion Status**

58%

5 Courses Remaining

My Achievements	New Content	Expiring Courses
7 Completed	3 Webinars	2 Courses expiring this month
3 In Progress	5 Whitepapers	Toughbook Champion Status Expires 28/04/2017
2 Remaining	16 Questions Answered	

Company Contacts
2 Toughbook Champions
5 Enrolled
16 Questions Answered



# Témoignage Panasonic

## Exemple de Campagne Partenaires pour le lancement d'un nouveau produit

**Two Parts. One Story.**  
THE WORLD'S FIRST FULLY RUGGED DETACHABLE NOTEBOOK  
The Toughbook CF-20 is the world's first fully rugged detachable device, offering high-end notebook and tablet capabilities in the most demanding environments and roles. Providing your customers exceptional flexibility, mobility, computing power and uptime, the Toughbook CF-20 presents Panasonic Partners with a significant sales opportunity.  
Find out more about the Toughbook CF-20 below, and learn how you could win one for yourself in our Toughbook Towers game.

**E-learning + Webinar**

**Microsite**

**8 x Emailings**

**Emailing Co-brandés**

**Jeu Toughbook Towers**

**Bannières Online**

**PLAY TO WIN A CF-20!**

**TOUGHBOOK TOWERS**  
Earn play codes and use them to try and climb the leaderboard before the end of March 2014. At the end of the competition, the top 5 scores will win!  
Find out how to earn codes at [www.twopartsonestory.com](http://www.twopartsonestory.com). Codes will be sent to you via email every Friday.



# Questions/réponses



# A propos du CMIT

Le CMIT est le Club des Directeurs marketing & communication de l'IT. Fondé en 2003, il réunit une centaine d'adhérents autour de préoccupations plutôt B2B dans l'industrie de l'IT au sens large.

Sa mission est de favoriser la circulation des idées et des savoirs, d'accélérer les rencontres et les échanges de bonnes pratiques, d'aider à l'éducation et à l'adoption de nouvelles approches pour progresser dans l'exercice de son métier.

Il œuvre également à promouvoir la valeur et la contribution des métiers du marketing et de la communication au sein des entreprises.

Site web : [www.cmit.fr](http://www.cmit.fr) / Twitter @CMITfr

Groupe LinkedIn : <https://www.linkedin.com/groups/CMIT-Club-directeurs-marketing-communication-8300151/about>