



CR de la réunion du 24/11/06 : Commission Promotion et Développement Marché

La Commission Promotion et Développement de Marché (PDM) s'est réunie le 24/11/06 à 09H30 chez Netsize, 75 boulevard d'Anjou 75008 Paris.

Les membres présents :

- Kap !, Stéphane Barbot
- Kassius, Sébastien Olier
- Jet Multimédia, Frédéric Campart
- L&D Mobile, Franck Joly
- Netsize, Loïc Pailler
- PhoneValley, Isabelle Guy Dormoy
- Screen Tonic, Ines Pauly
- Buongiorno France, Geoffroy de Nanteuil (Rapporteur)

Les membres excusés :

- EGS Media, Jamil Hijazi
- Bouygues Telecom, Guillemette Massy
- Bouygues Telecom, Pauline Monfraix
- Alain Dolium, Viacom Outdoor

Les membres absents :

- Apocope, Damien Bousson
- Intersec, Yann Chevalier
- Kameleon Technologies, Dominique Bournazac de Lastours
- Média Contacts, Stéphanie Marie
- Mobile 365, Olivier Gerhardt
- Ocito, Benoît Corbin
- Orange, Thomas Ravera
- Orange, Sabrina Bekas
- SFR, Marie-Pierre Gerin
- SFR, Florence Mommessin
- Watisit, Georges de la Villebaugé

Lors de la réunion, les points suivants ont été abordés :

A – Process

Il a été acté les points de process suivant :

Validation des CR : La version « brouillon » du CR est envoyée à tous les membres ayant participé à la réunion objet du CR. Ils ont 5 jours ouvrés pour faire remonter leurs remarques afin qu'elles soient incorporées. Au-delà de cette période, et sans retour, le CR est réputé validé en l'état par la commission.

Ordre du Jour : Pour assurer la collégialité dans la commission, il sera fait une communication aux membres 3 semaines avant chaque réunion pour solliciter les points qu'ils souhaiterons voir aborder. L'ODJ sera envoyé aux membres 1 semaine avant la réunion.

B – Partenariat AFMM

1) Newsletter AFMM (à consulter sur www.pro.gallery.fr)

Retour des membres sur la première Newsletter diffusée le 20 novembre 2006. Elle a reçu un accueil favorable de leur part et en sont satisfait.

Quelques remarques :

a) Sollicitation directe des annonceurs sans passer par les membres : Reebok et PMU

=> Point vu avec Stéphanie LEONE / AFMM : Il est normalement prévu que les membres soient sollicités en amont pour faire remonter les cas qu'ils souhaitent mettre en avant dans la NL. Pour des raisons de délais très courts et comme communiqué alors, le choix avait déjà été fait a priori sur Reebok.

b) BDD volume d'adresse et qualification du fichier :

=> Point vue avec Stéphanie LEONE / AFMM :

La BDD contient 4 200 @ collectées lors de la distribution du guide sur le marketing mobile.

- 3 000 ne sont pas opt-in et/ou sont issues d'acteurs de l'industrie (opérateurs, éditeurs, fournisseurs de services mobiles, agences de marketing mobile, ...)

- 1 200 @ sont opt-in et se répartissent en 55% contacts agences et 45% annonceurs.

Le première NL a été envoyée à l'ensemble des 4 200 @ collectées. Les 3 000 @ non opt-in ont fait l'objet d'un envoi par e-mail proposant de télécharger le NL en fichier séparé. Les 1 200 adresses opt-in ont reçu la Newsletter en version HTML.

c) Nouveaux sujets à présenter à l'AFMM :

Les membres proposent :

- ⇒ Quelles sont les 10 questions à se poser quand on a décidé de faire un site sur Gallery ?
- ⇒ Information pratiques et idées reçues sur Gallery
- ⇒ Un site mobile Gallery pour quoi faire ?

En attente du retour de l'AFMM sur ces propositions

d) Deuxième Newsletter :

Elle est prévue pour le 20 février 2007. Les membres ont été sollicités pour y participer selon le process déjà établi (cf CR de la réunion du 29/09/06).

2) Les ateliers Thématiques « Marketing Mobile »

Le cycle d'Ateliers Thématiques sur le « Marketing Mobile » dont la commission a défini le format lors de la dernière commission (cf CR de la réunion du 29/09/06) a été initié en Novembre.

a) Retour sur le 1^{er} atelier : « Comment réaliser et exploiter son site Internet »,

Présenté par Netsize, le 10/11/2006 à l'Hotel Saint-James Albany.

Participation de 25 à 30 personnes avec une composition 2/3 agences, 1/ 3 annonceurs.

L'intervention a duré environ 1 heure dans un climat très interactif. Positif et constructif.

b) Les thèmes des prochains ateliers et les membres y participant :

=> Point vu avec Stéphanie LEONE / AFMM

Atelier 2 : « Pourquoi et comment intégrer le SMS/MMS dans une campagne globale de marketing direct? » : **Apocope et LD Mobile** le 14/12/2006

Atelier 3 : « La gestion de la relation client par le mobile »:

Jet Multimedia et Kap mobile 16/01/07

Atelier 4 : *Comment intégrer le mobile dans sa stratégie média* »:
Screen Tonic 15/02/07

Atelier 5 : « *Développer sa notoriété et son image via le mobile* »
Buongiorno et Kassius 13/03/07

Atelier 6 : « *Règles et usages du m-commerce : comment vendre sur mobile ?* » (pas d'intervenants jusqu'à lors) : **26/04/07**

c) Anticipation d'une 2^{ème} vague

Il est demandé aux membres de la commission PDM de proposer d'autres thèmes d'atelier à présenter à l'AFMM en prévision d'une éventuelle 2^{ème} vague de 6 Ateliers sur la deuxième moitié de 2007.

C - Prise de Parole des membres de la commission PDM via la MMA

=> Il est rappelé aux membres qui représentent l'association lors d'événements proposés via la commission PDM qu'ils doivent présenter rapidement la MMA lors de la prise de parole autant que faire se peut. A cet effet, Géraldine TILLY tiens à disposition une présentation power point « officielle » qu'elle enverra par e-mail avant chaque intervention. N'hésitez pas à la lui demander par anticipation.

a) Retour sur le salon de la VAD

Benoît Corbin d'Ocito, Michel Proust de LD Mobile et Loïc Pailler de Netsize sont intervenus sur le thème « Retours d'expériences réussies en matière de Marketing Mobile ».

Il en ressort qu'il a manqué un animateur maîtrisant bien le sujet pour organiser le débat et rendre l'intervention plus accessible aux non initiés.

La pertinence de la participation de la MMA à la VAD est posée pour l'édition 2007.

b) Retour sur Mobile Office 5-7 décembre 2006

La MMA France (Marc Montaldier) est intervenu lors du salon Mobile Office à la conférence : CRM et marketing mobile : techniques, outils, expériences de conquête et fidélisation clients.

Audience de 40 à 50 personnes. Description de la mission de la MMA France, qui a été présentée comme le pôle d'expertise et de coordination des métiers du Marketing Mobile. Présentation faite avec Jet Multimédia dans une bonne interaction réciproque. Interview particulière en fin de table ronde mise en ligne depuis par Jérôme Bouteiller sur le site de l'évènement.

c) Retour sur « Services Mobiles » Benchmark Group le 7 décembre 2006

La MMA France (Marc Montaldier / Président) a été invité par Benchmark Group et a participé à la table ronde: « Comment les marques peuvent-elles tirer profit des services mobiles ? ».

Table ronde animée par FX Hussherr, directeur délégué du Benchmark group. 2 cases studies d'annonceurs (Reebok et Groupama) et 2 supports (JC Decaux et ?) ont décrit leur actions réciproques, et la MMA est intervenue après chacune d'entre elles comme « commentateur expert », avec clarté et franc parler. Audience 50 personnes environ. 2 à 3 inscriptions potentielles.

d) Les opportunités à venir

1) Mobile Advertising & Marketing 17 et 18 janvier 2007

La Mobile Marketing Association France (Marc Montaldier / Président) est invitée à intervenir sur le Thème : *"Who comprises the mobile advertising and marketing value chain and what are their roles?"* lors du Mobile Advertising & Marketing qui se tiendra à Paris les 17 et 18 janvier prochain au Millenium Hotel.

2) Mobile Marketing Conference Europe 2007, Le 25 janvier 2007, de 9h30 à 17h45 - L'Echangeur – 66, rue des Archives 75003 Paris

=> Point vue avec Philippe LE FESSANT / Jap-Press, Innovasia Research :

Lors de sa dernière édition, le 9 novembre 2005, la MMC Paris fut un large succès. Les inscriptions étaient complètes une dizaine de jour avant l'événement, et environ 140 personnes ont participé à cette journée de conférences, dont des sociétés comme Air France, BNP-Paribas, Bouues Telecom, Disney Corp, Société Générale, SFR, Orange, Peugeot Automobile, Universal Music, etc...

Nombre de participants : 180 à 200 professionnels.

Public cible : directions marketing & communication, directions stratégie, DG, directions de l'innovation.

Secteurs concernés : annonceurs de tous les secteurs, opérateurs mobiles, fabricants de terminaux, société de transports, fournisseur de contenus, société de m-commerce, m-paiement, prestataires de mobile marketing

Participation payante : 790 euros HT pour la journée, 450 € HT pour chaque demi-journée (déjeuner compris). Les intervenants sont bien sûr invités, et peuvent inviter une autre personne de leur choix. Événement français ouvert à l'international : une partie des interventions auront lieu en anglais.

Pré-programme et Thèmes de la MMC 2007 : Les conférences

1) Télévision mobile : quelles opportunités pour les annonceurs ?

Au moment où les business models de la TV mobile s'élaborent en Europe, l'Asie bénéficie de retours d'expériences privilégiés. Un an et demi après le lancement de la TV mobile en Corée, 9 mois après son lancement au Japon, quels sont les premiers enseignements sur les usages, et sur le rôle et le positionnement de la publicité pour ce nouveau média ?

Présentation de participants venus du Japon et de Corée du Sud, pour nous présenter en exclusivité européenne, les enseignements du DMB coréen et du « One-Seg » japonais.

Suivie d'une Table Ronde avec opérateurs, broadcaster, publicitaires.

2) Interactivité mobile et médias traditionnels, où en sommes nous ?

Bornes interactives Bluetooth, code barres 2D, reconnaissance d'images et de logos avec le mobile, NFC, et autres, sont apparus ces dernières années comme le chaînon manquant de la communication, pour relier les médias traditionnels, ou les points de ventes, et les mobiles.

Présentation de retours d'expérience et débats avec des annonceurs.

Présentation en exclusivité européenne d'une technologie de reconnaissance d'image et de logos avec le mobile. Des annonces seront faites prochainement à ce sujet.

3) Communication des marques sur mobile : Tout est permis !

A l'image du Glamphone de Elle ou du téléphone « My OXBOW by SAGEM », lancé le 15 novembre 2006, le mobile est devenu un accessoire de mode capable de porter les couleurs d'une marque.

La palette est large pour entretenir les liens entre l'utilisateur de mobile et une marque, du SMS à la personnalisation physique, en passant par des applications java du type « Nike don't stop wtach », primé en 2004 au Japon, coaching sur mobile, ou encore un bouquet de services correspondant aux valeurs de la marque .

La MMC 2007 propose une table ronde sur le thème du « mobile branding », la communication des marques sur notre média le plus personnel : particularités et opportunités. Avec la participation d'annonceurs et d'agences de communications.

4) Bandeaux publicitaires et search marketing sur mobile

2006 aura été la première année du search marketing sur mobile. Avec l'intensification du trafic Internet mobile et la multiplication des sites mobiles, les moteurs de recherche apparaissent sur les portails opérateurs, à l'image de Google qui considère le mobile comme son nouveau relais de croissance.

Une table ronde et des données marchés pour comprendre les opportunités du search marketing sur mobile.

5) L'espace « Démo »

La MMC vise à permettre aux professionnels du marketing d'explorer par eux même la Révolution Mobile. Dans le hall de l'Echangeur des démonstrations de services innovants, liés à la communication et fidélisation sur mobile, seront proposées. Les visiteurs pourront tester eux-mêmes ces services et dialoguer avec les sociétés présentes.

Opportunité :

- ⇒ Echange de visibilité : annonce sur le site, présence du logo MMA sur le site et la newsletter, invitation de 2 représentant de la MMA, tenue d'une table d'information pour la MMA dans l'espace démo si souhaité.
- ⇒ Appel à intervention auprès des membres de la commission PDM sur les thèmes de la MMC 2007.
- ⇒ Tarifs réduit spécial pour tout les membres de la MMA souhaitant assister à une conférence.
- ⇒ Toute autre participation de partenariat bienvenue.

3) Business On Line 30 et 31 janvier 2007

La MMA France représentée par Apocope intervient à cet évènement qui se tiendra les 30 et 31 janvier 2007 au Cnit-Paris La Défense.

4) 3 GSM Congress 12-15 février 2007 à Barcelone

Il n'est pas prévu que la MMA France participe cet évènement.

5) MD Expo 2007 les 3,4 et 5 avril Porte de Versailles

=> La commission PDM (Geoffroy de NANTEUIL et Géraldine TILLY) ont rencontré Reed Exposition (Stéphanie ALMON) le 06/12/06 pour envisager la mise en place d'un partenariat.

MD Expo est très intéressé par la proposition de la commission. Il en ressort les opportunités suivantes :

a) Plateau Télé :

45 minutes, Conférence, Capacité de la salle 250 auditeurs. L'objectif est d'attirer les dirigeants d'entreprise. Les thématiques business doivent s'appuyer sur des cas concrets et porter un regard prospectif sur l'avenir. C'est un bon format pour faire s'exprimer des annonceurs de renom.

Opportunité :

- ⇒ La date du Jeudi 5 avril est retenue avec le créneau 11h30 => 12h15
- ⇒ La commission doit proposer des sujets à MD Expo avant fin décembre 2006 (connaissance et compréhension du client, campagnes multicanaux....)
- ⇒ Un animateur pour cadrer le débat sera nécessaire. EGS Media, Jamil Hijazi s'est d'ailleurs proposé.
- ⇒ Les membres souhaitant participer à ce plateau télé doivent se mettre en contact avec Jamil a cet effet.

b) Blog MD Expo :

MD Expo propose à la MMA de contribuer activement au blog qui va être mis en place à l'occasion. Il s'inscrit dans la durée et à vocation à être un lieu d'échange, de partage sur lequel les membres pourront y faire figurer des livres blancs.

Opportunité :

- ⇒ Géraldine TILLY doit voir avec Luc VEUILLET pour étudier une possible syndication du contenu MMA France.
- ⇒ Géraldine TILLY doit se rapprocher de Laure LARRAMENDY (01 55 21 34 14) pour échanger sur les modalités de participations des membres de la MMA.
- ⇒ Les membres qui le souhaitent pourront contribuer au contenu du Blog.

c) Tribunes Atelier :

MD Expo met à disposition de la commission PDM la possibilité d'animer 2 Ateliers Thématiques. Durée 45 minutes, jusqu'à 100 participants.

Opportunité :

- ⇒ Géraldine TILLY doit se rapprocher de MD Expo pour obtenir les dates
- ⇒ La commission PDM doit définir des sujets et les proposer à MD Expo : Type de sujet possible « Comment intégrer le mobile dans sa stratégie client » « Comment booster sa stratégie de conquête grâce au mobile » « Fidélisation et Mobile : les clés de la réussite »
- ⇒ Les membres souhaitant participer à un des ateliers devront se faire connaître lors de la prochaine commission.

d) Guide Direct 2007 :

Consacré aux métiers du marketing direct, il est diffusé à 12 000 exemplaires et est offert gratuitement à tous les visiteurs de MD Expo. La commission a sollicité 1 page de présentation de la MMA France.

Opportunité :

- ⇒ Géraldine TILLY s'est entretenue avec Stéphanie Poindrelle, Chargée de suivi client chez Tarsus France au vu de publier une page de présentation de la MMA France dans le Guide Direct. Cette opportunité s'accompagne d'un échange de visibilité, le Guide Direct communiquant directement sur les supports de communication de la MMA France.

5) Clics d'Or

Pour action : contacter les organisateurs pour étudier l'opportunité du développement des Trophées du « Marketing Mobile », selon quelles modalités, etc...

C – Promouvoir et Développer le Marché : Autres Pistes

1) Evénement MMA France :

Pour le moment, les membres de la commission PDM n'ont pas choisit de garder à l'ordre du jour les projets « Mobile Coach » et de « Mobile CAC 40 » car jugés trop lourds à mettre en place.

2) Partenariat avec la presse professionnelle

La commission PDM à travers les suggestions de Jet Multimedia (Frédéric CAMPART) souhaite mettre en place un dossier de presse cas clients à l'occasion du forum Benchmark qui serait fait en partenariat avec un magazine professionnel.

Opportunité :

- ⇒ Après présentation, le Benchmark est d'accord pour une couverture presse du forum Mobiles dans les conditions suivantes :
 - Pour la presse, le titre doit être Marketing Magazine, sinon CB News.
 - Pour le Web, il s'agira du Journal du Net
 - Pas de publi reportage pour la MMA ou pour Jet Multimedia (très important). Il s'agit d'un événement Benchmark Group
 - Benchmark Group doit être clairement mis en avant dans ce dossier
 - Retranscription partielle du forum
 - Le Benchmark aura droit de regard sur ce qui sera publié
 - Le journaliste devra obtenir l'accord des participants qui seront cités dans son dossier.
 - Le dossier sera publié fin janvier ou début février (les participants payants doivent avoir la primeur des informations)

3) Partenariat avec les Associations professionnelles

La commission est d'accord pour créer un réseau avec d'autres associations professionnelles pour, par exemple, organiser des présentations à leurs membres ou livrer du contenu pour leurs newsletters à travers une rubrique sur le Marketing Mobile ?.

Opportunité :

- ⇒ Associations prioritaires retenues :AACC, UDA, SNCD.
- ⇒ La commission PDM pa l'intermédiaire de Géraldine TILLY se charge de contacter l'UDA, l'AACC et le SNCD pour fixer des dates de réunion.
- ⇒ Kap Mobile (Stéphane Barbot) se charge de contacter le CMD (Cercle du Marketing Direct) pour fixer une date de réunion.
- ⇒ Jet Multimedia (Frédéric Campart) se charge de contacter le AFRC (Association Française de la Relation Client) pour fixer une date de réunion.

D – Recrutement de nouveaux membres :

Les membres de la commission ont manifesté l'intérêt de se présenter à Yahoo! France et Google France la MMA car ces sociétés phares plus en plus actif sur le mobile, et que ce n'est probablement qu'un début ! Une communication pour prise de rendez-vous vers ces sociétés a été initiée.

E - Prochaine réunion :

Elle est fixée le vendredi 26/01/2006. Chez Jet Multimedia, 86 avenue des Ternes 75017 Paris.

Merci à tous les membres de la commission pour leur participation active à la Promotion et au Développement du Marché via la MMA France.

Pour la Commission Promotion et au Développement du Marché.

Geoffroy de NANTEUIL

Directeur Commercial Marketing Services
Buongiorno France

geoffroy.denanteuil@buongiorno.com
Office +33 (0)1 55 06 55 58
Fax: +33 (0)1 55 06 55 77
Mobile +33 (0)6 12 28 18 23

a Buongiorno Company
42, rue de Clichy - 75009 PARIS
www.buongiorno.com