



Dossier de candidature
avec le soutien de ...



Liste au 1er décembre 2008



Partenaires média



Edito



Dans le cadre de son forum annuel 2008-2009, le CMIT a le plaisir de lancer le 1^{er} grand prix du marketing des TIC. Nous espérons à cette occasion pouvoir récompenser les meilleures campagnes, qu'elles soient B2B ou B2C, qu'elles aient nécessité de gros moyens ou pas.

En général, nos adhérents nous ont dit ne pas se reconnaître dans les autres manifestations qui mettent plus en valeur le marketing 'consommériste' (la mode, l'alimentaire, les services financiers, les biens de grande consommation ...). **Ils sont conscients des spécificités de leur métier dans les TIC**, et ce d'autant plus quand ils agissent essentiellement sur des marchés B2B.

Tous les professionnels de notre marketing des TIC peuvent librement concourir à ce grand prix, avec leur agence, et nous espérons qu'ils seront nombreux à répondre à notre appel.

Nous avons conçu 6 catégories significatives de notre discipline et un prix spécial :

- Animation de réseau
- Campagne d'acquisition de nouveaux clients et de fidélisation
- Relations Presse
- Communication B2B
- Communication B2C
- On line Marketing
- Prix spécial du Jury : le marketeur de l'année

Il ne vous reste plus alors qu'à retirer votre dossier de participation, choisir votre catégorie, **contacter votre agence** et enfin, assister à notre prochain forum du 14 janvier 2009 parmi les 300 professionnels que nous réunissons à cette occasion.

Bonne chance à tous les compétiteurs,
Alain Kergoat, Président du CM.IT et directeur marketing de Toshiba

Le CMIT, avec près de 90 membres représentant plus de 50 acteurs des TIC en France (voir la liste ci-dessous), est légitime pour représenter les préoccupations de la population des directeurs marketing et communication des TIC en France.

Ils ont adhéré au CMIT en 2007 et 2008 (extrait)

ADOBE SYSTEMS ; ALCATEL-LUCENT ; AMD ; ARMATIS ; BOUYGUES TELECOM ; BROTHER FRANCE ; CA ; CANON FRANCE SA ; CAP GEMINI CONSULTING ; CAST SOFTWARE FRANCE ; CHECK POINT SOFTWARE ; CISCO ; CITRIX EUROPE DU SUD ; COGNOS ; CRYPTOLOG ; DELL SA ; EQUANT ; ESKER ; France Télécom ; FUJITSU SERVICES ; GENERIX ; GOOGLE France; HP FRANCE ; IBM ; IDG - It-news-info ; ILOG France ; INFORMATICA ; INFOVISTA ; INTEL ; IPANEMA TECHNOLOGIES ; Ironport Systems ; MAXDATA FRANCE ; MICROSOFT FRANCE ; MRO SOFTWARE ; NCR TERADATA ; NERIM ; NOKIA ; NORTEL ; ORANGE ; Orange Business Services ; PIVOTAL ; PRINCETON- SOFTECH ; QOSMOS ; QUALIAC ; QUANTUM ; SAGE FRANCE ; SAS INSTITUTE ; SERENA SOFTWARE ; SFR ; SIEMENS - UGS ; Silicon Graphics ; SONY FRANCE ; SPSS France ; SUN MICROSYSTEMS ; SYMANTEC ; SYSLOAD SOFTWARE ; SYSPERTEC ; TELECOM ITALIA ; TOSHIBA ; UNILOG ; VERIZON Business ; VMware



LE GRAND PRIX CMIT

REGLEMENT ET FONCTIONNEMENT

LES MOTIVATIONS

Désigner et récompenser les opérations les plus remarquables, mettre en avant les professionnels qui les ont conduites, diffuser les savoir faire et donner des idées aux autres.

LES CRITERES DE NOTATION DU JURY

Un jury composé de professionnels reconnus et spécialistes de chacune des catégories choisies, sous la présidence neutre du président élu du CMIT.

« Le jury s'attachera à juger la pertinence de la stratégie par rapport aux objectifs, les moyens mis en œuvre et leur efficacité, les résultats obtenus et leur analyse. »

Un accent particulier sera mis sur l'utilisation des moyens des TIC au service de ces opérations.

LES CATEGORIES

- **Animation de réseau**
Qu'il s'agisse de réseau de partenaires ou de distributeurs/intégrateurs, le rôle des réseaux dans le marketing des TIC est de plus en plus important dans la chaîne globale de la valeur apportée aux marchés. Chanel marketing, programmes d'alliances ou animation des réseaux en sont le cœur.
- **Campagne d'acquisition de nouveaux clients et de fidélisation**
Lead detection, lead management et programmes de fidélisation font appel à des techniques et des savoir faire toujours plus cruciaux pour la réussite commerciale des acteurs.
- **Relations Presse et Publique**
Les « RP », notamment en B2B, sont en plein bouleversement de par celui des acteurs en présence (concentration ...) et de l'émergence de nouveaux types de canaux (blogs, communautés ...):
- **Communication B2B**
- **Communication B2C**
- **On line Marketing**
- **Prix spécial du Jury** : le marketteur de l'année
Au-delà de ces catégories, le coup de cœur du Jury pour désigner le « **Marketteur de l'année** ».

INSCRIPTIONS

La participation est gratuite mais réservée aux professionnels du marketing des TIC accompagnés de leur(s) agence(s) et actuellement en poste dans leur entreprise.

Les secteurs concernés des TIC :

Constructeurs, éditeurs, SSII et conseils, Opérateurs télécoms et internet ...

Peuvent être présentées toutes les opérations réalisées entre janvier 2007 et septembre 2008, terminées et dont les résultats existent.

Clôture des inscriptions : 31/12/2008

Les membres du Jury (pressentis à ce jour et sous réserve de confirmation définitive)

	Alain Kergoat : Président du CM.IT et Président du Jury
	François Rouffiac , Directeur de la rédaction de Marketing Magazine, Marketing Direct, Relation Client Magazine, E-commerce magazine
	Jérôme de Labriffe : Président de l'IAB et Responsable canaux Internet et mobile de BNP Paribas
	Catherine Gotlieb : Directrice Générale adjointe RMC Régie
	Pascal Boulard : Journaliste à la Tribune – responsable des pages Business Managers Technologies
	George Chétochine : Expert en Marketing
	Denis Akriche Président d' ARMATIS (centres d'appels - relation client)

LE CALENDRIER

15/10/2008 : début du retrait des dossiers

31/12/2008 : Clôture des inscriptions

Janvier 2009 : 1^{ère} réunion du Jury

14/01/2009 : Remise des trophées

DOSSIER DE CANDIDATURE

Envoi des éléments

Mention obligatoire à faire figurer sur chaque envoi :

LE GRAND PRIX CMIT
A l'attention de Pascal Prévot
8, rue de l'Est
9200 BOULOGNE
Mob : 06 63 36 43 79

PRÉSENTATION DU DOSSIER

Pour chaque réalisation présentée, il est impératif de fournir :

- la liste détaillée des éléments fournis (CD, documents, objets, etc.)
- la fiche technique en deux exemplaires
- les éléments créatifs (voir ci-dessous)

LISTE DES ELEMENTS FOURNIS

PRÉSENTATION DU DOSSIER DESCRIPTIF

Pour plus de simplicité et de clarté, nous vous recommandons de nous adresser uniquement un dossier sous forme numérique, présentant les informations descriptives de la fiche technique ci-après.

Merci de placer l'ensemble des éléments dans un dossier compressé (zip) au nom de votre société et du Grand Prix (ex : Grandprix2009_STE.zip).

Tout contact ou échange devra être effectué par email : info@cmit.info.

Le CMIT décline toute responsabilité en cas de vol ou détérioration des éléments présentés.

Tous les dossiers ou les éléments non réclamés avant le 30 janvier 2009 ne seront pas conservés.

LA FICHE TECHNIQUE ET LE DOSSIER DESCRIPTIF DOIVENT PARVENIR AU CMIT AU PLUS TARD LE 31 DECEMBRE 2008

FICHE TECHNIQUE A FAXER AU 01 34 18 57 76

DATE DE LA CANDIDATURE : _____

NOM DE LA RÉALISATION :

AGENCE (si approprié) :

Nom et fonction du responsable du budget : _____

Téléphone : _____

E-mail : _____

ENTREPRISE CANDIDATE :

Secteur d'activité : _____

Responsable Marketing porteur du projet : _____

E-mail : _____

Téléphone : _____

CHOIX DE LA CATÉGORIE : _____

(Choisir parmi les 6 catégories listées page 3)

1] CONTEXTE

2] IDÉE

3] RÉSULTATS OBTENUS

4] ASPECTS BUDGETAIRES

