



Quintess, partenaire officiel de la Nuit du Marketing, le 2 juillet 2009

Levallois-Perret, 23 juin 2009 - Quintess, concepteur et opérateur de solutions marketing intégrées, sera un des grands partenaires de la prochaine édition de l'événement organisé par l'ADETEM : La Nuit du Marketing à l'Usine, le 2 juillet prochain.

Pourquoi Quintess, a-t-il choisi d'être partenaire de la Nuit du Marketing ?

Groupe de marketing relationnel français et indépendant, Quintess assiste, depuis plus de 20 ans, les grandes entreprises de tous secteurs dans l'identification et le développement de leurs actifs marketing sous-exploités. Quintess les accompagne dans la conquête, l'activation et la fidélisation de leurs clientèles, en visant l'amélioration de leurs performances financières. Ainsi, Quintess permet aux entreprises de créer les conditions favorables d'une relation durable et profitable entre une marque et ses clients, bien au-delà des effets d'une simple campagne marketing.

*« Les entreprises subissent une pression quotidienne plus en plus forte sur l'accroissement de leurs parts de marché, de leurs revenus par client et in fine de leur chiffre d'affaires. Nous constatons au travers de nos contacts réguliers avec nos partenaires que de nombreuses pistes de développement sont négligées par manque de temps ou de bras. Ces actifs sous-exploités peuvent être révélés et cultivés par l'Ingénierie Marketing™ * »,* explique Emmanuel Guian, Président de Quintess.

Jean-Philippe Poisson – Directeur Général Adjoint en charge de la stratégie et du conseil de Quintess ajoute *« Nous vivons une période de crise sans précédent qui conduit les marques à faire évoluer leur marketing. Au travers de nos solutions, nous les aidons à traverser cette crise en nous appuyant sur les nouvelles aspirations des consommateurs. Aujourd'hui, les Français sont sensibles aux services et produits orientés « développement durable ». Le marketing responsable chez Quintess constitue un véritable vecteur d'innovation pour nos clients. Nous avons ainsi mis en œuvre, récemment, un dispositif marketing conçu autour de la dématérialisation des primes de fidélité pour une prestigieuse banque française. Il nous est paru naturel de nous associer à cette manifestation unique dans le monde du marketing dont la thématique est en phase avec nos recommandations mais aussi nos valeurs ».*

La Nuit du Marketing se tiendra le jeudi 2 juillet 2009 à L'Usine, haut lieu de développement durable.

Au programme : deux heures et demi de conférences-débats autour de grandes figures entrepreneuriales, venues partager leur expérience, suivies d'une grande soirée pour rencontrer et échanger avec les acteurs majeurs de la profession.

Plus d'infos sur : <http://lanuitdumarketing2009.blogsmarketing.adetem.org/>

* **Ingénierie Marketing™** : processus original d'accompagnement par Quintess des entreprises, dans la conception et la réalisation de programmes marketing à forte valeur ajoutée.

A propos de Quintess

Société de marketing relationnel française et indépendante, Quintess révèle et valorise les actifs clients sous-exploités ou négligés. Quintess a développé un modèle unique et intégré de valorisation des actifs clients : l'Ingénierie marketing™. Spécialiste de la création

et de la gestion de services en marque blanche, Quintess accompagne ses clients dans leurs démarches marketing d'acquisition, de fidélisation et de rétention. Revendiquant depuis 20 ans la culture de l'audace, Quintess s'engage pour accompagner l'innovation marketing de ses partenaires. En 2008, Quintess a réalisé un chiffre d'affaires de 27.8 millions d'euros avec ses 119 collaborateurs. www.quintess.fr

A propos de l'ADETEM

Créée en 1954, l'ADETEM (l'Association Nationale du Marketing), réseau des professionnels du marketing appartenant à tous les secteurs de l'activité économique, a pour vocation le développement des connaissances, du benchmark, des pratiques et de l'innovation méthodologique dans le domaine du marketing. Elle regroupe plus de 1300 adhérents appartenant à plus de 700 entreprises. A travers ses Clubs Thématiques et Régionaux, ses manifestations professionnelles, son centre de documentations et ses publications, elle est sans conteste un acteur majeur et objectif de la profession. Elle s'est donnée pour mission de former, d'informer sur le marketing et d'être la référence en matière d'éthique et de méthode.