



Communiqué de presse

SPSS récompensé par le Grand Prix CMIT du Marketing des TIC pour sa campagne marketing on-line : « La revanche du Contenu »

A l'occasion du forum annuel organisé par le CM.IT, Hervé Dhélin, Directeur Marketing Europe du Sud de SPSS, a reçu le prix de la meilleure campagne marketing en ligne des mains de Jérôme de Labriffe, Président d'IAB France (Internet Advisory Board).

Paris, le 21 janvier 2009 - Le 14 janvier s'est déroulé le 4ème forum annuel du CMIT, qui a réuni plus de 300 professionnels de la communauté du marketing et de la communication du secteur des TIC. Un énorme succès pour cette édition, dont le thème portait sur les « mutations des outils et des pratiques marketing, quels impacts sur le métier du directeur marketing ? ».

La journée s'est clôturée par la remise des Grands Prix Marketing du CMIT, créés en partenariat avec Marketing Magazine à l'initiative d'Alain Kergoat, président du CMIT, et qui récompensent les meilleures campagnes marketing menées en 2008 par les entreprises du secteur des TIC.

SPSS a remporté le Grand Prix dans la catégorie « Campagne marketing on-line », pour sa campagne « La revanche du contenu », menée en collaboration avec l'agence LOBI :

Contexte et objectifs de la campagne :

- Un site international géré en dehors de la France et miroir du site corporate
- Trop de 'jargon' professionnel
- Pas de testimonial
- Amélioration du référencement sur les moteurs de recherche
- Augmentation du trafic

LOBI a proposé et créé un e-magazine www.analysepredictive.com en intégrant plusieurs outils de visibilité :

- E-mailing pour alerter de la sortie de chaque édition, format newsletter mais avec un contenu à plus forte valeur ajoutée, moins commercial
- Une base de 20.000 abonnés qualifiés
- Un envoi trimestriel
- Un référencement de 35 mots clés choisis après analyse sémantique

Résultats : +30% de trafic sur le site Corporate ...!



SPSS était en compétition avec Ipanéma et Toshiba, également nominés pour cette catégorie.

Le jury se composait de personnalités clefs du secteur :

- Denis Akriche, Président d'Armatix, et Simon Benayoun, Directeur Marketing,
- Georges Chétochine, Consultant et Expert en Marketing,
- Ava Eschwège, Rédactrice en chef Marketing Magazine,
- Catherine Gotlieb, Vice Présidente de l'IAB et Directrice Internet et nouveaux media du groupe TF1,
- Jérôme de Labriffe, Président de l'IAB et Directeur des canaux internet et mobile de BNP-Paribas.

« *La revanche du contenu ne signifie pas l'échec de la technologie mais bien au contraire le succès de l'alliance du Contenu et des outils nécessaires à la visibilité sur internet* », commente Michel Crestin, Président-Directeur Général de l'Agence LOBI.

« *Je suis très fier au nom de SPSS de recevoir ce trophée devant un public qui rassemble la crème des professionnels du marketing des TIC* », se réjouit Hervé Dhélin, Directeur Marketing Europe du Sud de SPSS. « *Ce prix est très significatif, car nous avons été choisi par un jury qui possède une connaissance parfaite du secteur et des métiers du marketing. Nous en sommes très honorés.* »

À propos de SPSS

SPSS (NASDAQ : SPSS) est un éditeur leader mondial de logiciels et de solutions d'analyse prédictive. La technologie d'analyse prédictive de SPSS améliore les processus décisionnels des organisations, en leur offrant un contrôle permanent sur les décisions prises chaque jour. En utilisant quotidiennement l'analyse prédictive, les organisations deviennent ainsi des entreprises prédictives, capables d'atteindre leurs objectifs commerciaux, tout en bénéficiant d'avantages concurrentiels mesurables. Plus de 250 000 clients du secteur public, universitaire et commercial s'appuient sur les technologies de SPSS pour augmenter leurs revenus, réduire les coûts, détecter et se prémunir des fraudes, parmi lesquels en France : Orange/France Télécom Group, Neuf Cegetel, Outremer Telecom, Synergie, Europages, Vauban Humanis, Vente-Privées, Conforama, Sephora, Renault, Sanofi, Ricoh, SNCF ... Fondé en 1968, SPSS est basé à Chicago aux Etats-Unis.

Site Web : www.spss.com/fr

A propos de LOBI :

LOBI a été créée en 2005 par Alain Sabathier. LOBI est conseil en référencement naturel et plus largement expert de la visibilité sur Internet. Cette visibilité étant largement dépendante du contenu, LOBI édite ou rédige pour ses clients des e-magazines référencés. LOBI est aussi éditeur de magazines on-line indépendants tels que www.invest-info.fr

Contacts presse :

Voice

Florence Calba ou Sibylle de Villeneuve - fcalba@crmvoice.fr, sdevilleneuve@crmvoice.fr
Tel : 01 73 04 60 55 / 62