

La lettre du Channel Marketing pour les décideurs IT & Telecom

édito

## Collection automne/hiver 2005 : coup de frais sur les budgets

L'été se termine à peine que déjà la tendance marketing de la fin de l'année se dessine sur les podiums. On raccourcit sérieusement les effectifs d'un côté, de l'autre on coupe sensiblement les budgets. Au milieu de cette mode, très près du corps, les responsables marketing, communication et channel doivent faire preuve d'une

créativité sans pareil pour mener à bien leurs opérations.

La pression monte. Tel Karl (Lagerfeld bien sûr), je distingue les grandes lignes qui vont signer l'allure des opérations marketing de ce dernier trimestre :

• **Le print revient en force**, peut être au détriment de l'information purement

numérique que l'on a beaucoup vue ces derniers temps,

• **Le tracking du retour sur investissement se généralise** : fini les actions sans savoir ce qu'elles rapportent concrètement,

• **Le marketing reprend les rênes** : aujourd'hui les commerciaux attendent vraiment que le marketing les aide à dénicher les bonnes affaires.



Pour réussir leur saison automne/hiver 2005, les fashion victims, mais aussi les responsables marketing, communications et channel doivent se ruer sur deux basiques incontournables :

**Infoflash**, le bureau de style du channel marketing, qui s'est doté, en avant première, d'outils de suivi des opérations.

**Compubase**, le partenaire qui permet de faire mouche à tous les coups, un critère essentiel quand les budgets se resserrent.

N'hésitez plus, *craquez !*

*C'est la rentrée, vous le valez bien !*



Thierry Vacherot,  
P-DG Infoflash

## Dans ce numéro

- Page 2 à 3 — *Dossier spécial : PME : qui a les clés ?*
- Page 4 — *Statistiques : Les éditeurs de logiciels en France*
- Page 5 — *Témoignage : Jean-Pierre Gilet, Directeur Général de Factobail*
- Page 6 — *Comment le distributeur Autodesk en partenariat avec Man and Machine renforce son Marketing Réseau avec l'outil "My Marketing Tools"*
- Page 7 — *Outils marketing dédiés à la vente indirecte  
Le Vidéo Mail*

## PME : qui a les clés ?

*Cibler les PME demande une connaissance précise de leur métier et une adaptabilité de l'offre. Les éditeurs de logiciels, et plus précisément les ISV, apparaissent donc comme les vrais introducteurs de technologie sur ce marché.*

Les revendeurs informatiques n'avaient que ce choix : devenir des pousseurs de boîtes ou réduire l'activité de distribution à la portion congrue pour évoluer dans le domaine du service. Tous, ou presque, se sont désormais engagés sur une de ces deux voies. De gré ou de force. Les constructeurs et les éditeurs, qui sont pourtant à l'origine de cette évolution constatent aujourd'hui que leurs partenaires ont dans le même temps changé de statut : ils ne sont plus des

introducteurs de technologies, et encore moins des "évangélistes". Pour la plupart, ils se considèrent comme des centres dépôt-vente et d'installation des constructeurs. Si ces fonctions sont assurément indispensables, elles sont également moins valorisantes et moins rémunérées. Dans ce contexte, c'est l'industrie logicielle qui leur apporte les opportunités de business les plus concrètes.

De fait, le centre de gravité de la valeur ajoutée est désormais positionné de façon très claire sur les services d'intégration matérielle et logicielle. Ces activités en fort développement s'appuient, pour la plupart, sur des solutions techniques d'éditeurs de logiciels. Des éditeurs de toutes tailles, qui luttent pour la conquête du même marché. En l'occurrence, la bataille fait rage sur deux fronts : la réduction des coûts de distribution et l'augmentation des ventes et du chiffre d'affaires. Et en la matière, les différents "belligérants" sont loin d'utiliser les mêmes armes et les mêmes stratégies. En ce qui concerne les "grands éditeurs" d'envergure mondiale, tels que Microsoft, IBM ou Oracle, la méthode reste dictée par l'ampleur de leurs offres : les priorités

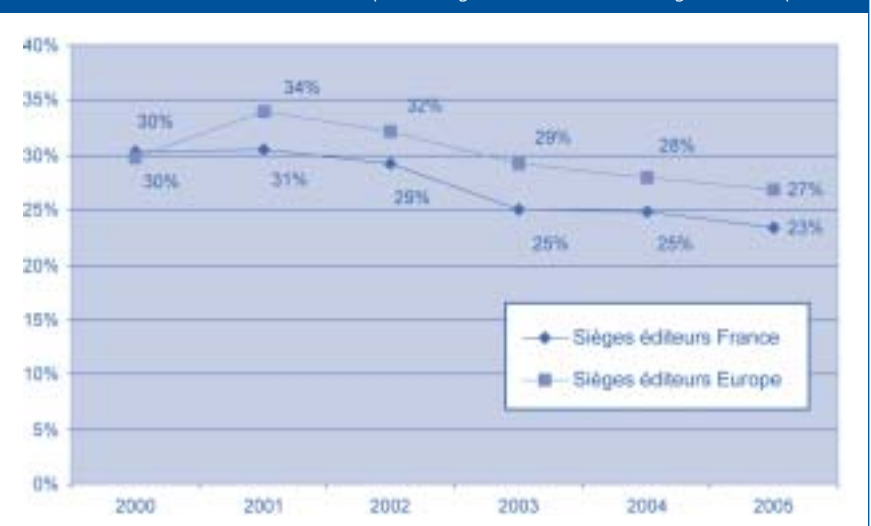
sont d'imposer des technologies et de développer des "écosystèmes" pour alimenter le marché en solutions. Logiquement, les "grands éditeurs spécialisés", toujours de stature internationale, restent concentrés sur leurs marchés verticaux ou technologiques, avec pour principal objectif de rester le n°1... ou de le devenir.

Quant au troisième profil, on y retrouve tout bonnement "tous les autres", c'est-à-dire 95% des sociétés se déclarant éditeurs de logiciels. Concrètement, il s'agit de l'ensemble des acteurs locaux (quand bien même ils interviennent dans plusieurs pays), dédiés à des niches technologiques ou économiques. L'actualité de ces derniers mois a fourni un résumé de l'alternative qui s'impose à eux : grossir, afin d'atteindre une taille critique et de

l'ensemble de sociétés IT n'a cessé de diminuer depuis cinq ans.

Aujourd'hui, on dénombre ainsi environ 5 000 sociétés déclarant avoir une activité d'édition en France et 23 000 en Europe. Pour toutes ces sociétés, le principal moyen de "sortir du lot" reste l'innovation. Or l'innovation coûte cher et prends du temps. D'autant plus que beaucoup d'éditeurs n'ont réussi à survivre à l'éclatement de la bulle Internet qu'en puisant dans leurs réserves et, malheureusement, en délaissant les investissements en R&D. Ces sociétés apparaissent aujourd'hui fragilisées et il est probable que leur nombre diminue encore, notamment au profit d'acteurs plus globaux ou de sociétés ayant migré vers un rôle d'intégration ou d'assemblage. Pour ces derniers, on ne devrait plus parler

Poids des éditeurs dans les activités IT (pourcentage du nombre total de sièges des entreprises IT)



Source compuBase 2005

s'internationaliser, ou se faire racheter par un leader. Si ce schéma peut paraître par trop caricatural, il n'en reste pas moins que la population des "petits et moyens éditeurs" est en restructuration constante, avec un nombre toujours croissant de disparitions, de fusions, mais aussi de créations.

Au final, le poids des sociétés déclarant une activité d'édition de logiciel parmi

"d'édition" mais plutôt "d'intégration" de composants logiciels fournis par des tiers.

### Le challenge financier

Au-delà de l'évolution structurelle des investissements technologiques, les éditeurs ont dû s'adapter à la montée en puissance de nouveaux business models, liés à la diffusion des logiciels en mode

### Evolution du nombre de sites en Europe de 2000 à 2005

Nombre de sites*	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Éditeurs en Europe (ets)	25203	30812	29010	26513	26121	27084
Éditeurs en Europe (siège)	22146	26314	24807	22344	22111	23233
Poids des éditeurs en Europe (ets)	28%	32%	30%	27%	26%	25%
Total activité ICT Europe (ets)	89678	95651	96180	96415	98984	107407
Total activité ICT Europe (Siège)	74475	77304	77255	76555	78865	86810
Poids des éditeurs en Europe (siège)	30%	34%	32%	29%	28%	27%

### Evolution du nombre de sites en France de 2000 à 2005

Nombre de sites*	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Éditeurs en France (ets)	5036	5241	5133	4919	4955	5005
Éditeurs en France (siège)	4396	4547	4446	4155	4144	4246
Poids des éditeurs en France (ets)	27%	28%	26%	23%	22%	21%
Total activité ICT France (ets)	18641	18972	19985	21785	22246	23616
Total activité ICT France (Siège)	14470	14888	15249	16614	16715	18161
Poids des éditeurs en France (siège)	30%	31%	29%	25%	25%	23%

\* Volume de sociétés contenu dans la base compuBase

ASP. L'impact du changement n'est pas négligeable, notamment en ce qui concerne les besoins en fond de roulement. Le modèle historique de l'édition de logiciels était de faire financer les développements futurs avec les mises à jour et la maintenance des versions anciennes. Aujourd'hui, les éditeurs qui conservent ce modèle partent quasiment systématiquement perdant lorsqu'ils sont en concurrence avec un éditeur "ASP". Certains voudraient réduire le phénomène à un effet de mode, arguant du fait que le modèle ASP n'a toujours pas démontré sa supériorité économique sur la durée. Si l'argument est pertinent, il ne tient pas compte des priorités immédiates des entreprises en termes de maîtrise des coûts : l'unité de temps de référence est bien le "quarter" et les retours sur investissements sont calculés en amont, et non en aval, de la dépense.

Dans ce contexte, un nombre croissant d'éditeurs "traditionnels" s'intéresse aux solutions de leasing ou de location longue durée, considérant qu'elles peuvent leur éviter de se retrouver dans des impasses commerciales.

### Des partenaires importants mais perturbés

Le recul des investissements en logiciels peut-il conduire à une amélioration pour les autres segments de l'industrie IT ? Dans ce cas précis, le malheur des uns ne fait pas le bonheur des autres. Au contraire, les professionnels constatent que le déploiement de nouvelles applications est bien le

principal moteur du renouvellement des parcs matériels et le meilleur vecteur des ventes de services. Le ralentissement des dépenses en logiciels pénalise donc l'ensemble de l'industrie informatique et télécoms.

Du point de vue des entreprises, le modèle ASP ne supprime pas totalement les besoins technologiques : il les déplace. D'une part, le budget donne une plus large place à la bande passante ou à la sous-traitance. D'autre part, la dépense ne correspond plus à un investissement mais à une charge, dont

l'entreprise peut faire l'économie dès qu'elle le souhaite.

Malgré ces bouleversements, et en partie grâce à eux, les éditeurs apparaissent comme des partenaires indispensables pour de nombreux constructeurs. C'est qu'ils disposent d'atouts inestimables pour les autres acteurs du marché IT, comme leur connaissance des intégrateurs métiers ou leur capacité à cibler précisément les technologies et les secteurs d'activité porteurs de croissance.



### le bon réflexe !

Vous êtes éditeur ou importateur exclusif de logiciels et d'applicatifs ? Offrez leur un maximum de visibilité en mettant à jour votre catalogue produits sur ITindex !

[www.itindex.com](http://www.itindex.com) est le premier annuaire européen pour rechercher toutes sociétés ou logiciels/applicatifs en Europe.

Plus de 100.000 sociétés et 12.000 logiciels et applicatifs sont déjà référencés !

compuBase vous propose de référencer et/ou mettre à jour **GRATUITEMENT** les produits que vous éditez ou que vous ré-éditez ! Pour cela, rien de plus simple, rendez-vous sur l'Annuaire de la profession IT sur le web : [www.itindex.com](http://www.itindex.com)

**Autre avantage**, en investissant quelques minutes de votre temps, **vous référencerez vos produits et votre entreprise en UNE SEULE FOIS** dans des annuaires partenaires aussi connus que : IT channel info, Silicon.fr, ITR News.com, Channel Minds.com, Computer Reseller News, TCN, Top Trade Informatica. ...

# Statistiques dossier : Les éditeurs de logiciels en France

D'après les études et la base de données compuBase, 5000 sociétés déclarent aujourd'hui avoir une activité d'éditeur de logiciel en France. Les ISV " purs " (ayant pour activité principale l'édition) représentent près de 30% de ces sociétés.

D'après ce tableau, on constate tout d'abord que les logiciels de gestion de production et les logiciels spécifiques à un métier sont des segments très concurrentiels (un éditeur sur deux est présent sur ces segments) notamment aux vues de la faible concurrence sur les autres segments. Autre fait important, la forte diversification d'activité à noter chez les éditeurs de logiciels: près d'un sur deux considère que son métier principal n'est pas l'édition.

Editeurs de logiciels en France par catégories de produits.

Type de logiciel édité	Nombre d'éditeurs	Pourcentage d'éditeurs présents sur ce segment	Pourcentage d'éditeurs déclarant l'édition comme activité principale
De gestion et production ...	2520	50%	61%
Spécialisés pour un métier ...	2512	50%	62.3%
Pour les réseaux et Télécom ...	827	17%	51.8%
Systèmes / développement ...	826	17%	56.7%
De Bureautique et SGBD ...	765	15%	58.2%
De formation - Enseignement ...	386	8%	62.1%
De traitement de l'image et son ...	376	8%	60.1%
Scientifiques ...	271	5%	66.3%
Utilitaires bureautique ...	253	5%	60.4%
<b>Autres logiciels...</b>	<b>187</b>	<b>4%</b>	<b>72.1%</b>
D'électronique ...	151	3%	54.3%
Pour la famille ...	98	2%	67%
De jeux & divertissements ...	59	1%	69.4%
<b>Total éditeurs interrogés* (dédupliqué)</b>	<b>5005</b>	<b>100%</b>	<b>53.6%</b>

\*un éditeur peut être présent sur plusieurs segments

Source compuBase 2005

Editeurs de logiciels en France par nombre d'employés

	1 personne	2 à 4 personnes	5 à 9 personnes	10 à 24 pers.	25 à 49 pers.	50 à 99 pers.	100 à 249 pers.	> 250 pers.
De Bureautique et SGBD ...	69	181	163	185	76	41	32	17
Utilitaires bureautique ...	16	67	60	58	27	13	6	6
Spécialisés pour un métier ...	164	497	573	664	271	170	94	62
D'électronique ...	4	24	42	35	21	16	7	3
Systèmes / développement ...	49	135	181	199	109	63	61	31
Pour les réseaux et télécom ...	44	141	179	223	113	65	40	20
De gestion et production ...	133	486	542	673	316	182	107	73
De traitement de l'image et son ...	24	64	84	105	36	38	12	12
Scientifiques ...	15	64	55	64	29	22	12	9
De formation - Enseignement ...	27	85	78	120	43	17	8	9
De jeux & divertissements ...	5	15	11	8	11	3	3	4
Pour la famille ...	6	22	22	21	13	3	7	3
Autres logiciels ...	8	38	39	47	25	15	11	4
<b>Total</b>	<b>304</b>	<b>958</b>	<b>1060</b>	<b>1274</b>	<b>558</b>	<b>328</b>	<b>189</b>	<b>123</b>

Source compuBase 2005

Près de 50% des éditeurs de logiciels emploient entre 5 et 24 employés et sont donc eux-mêmes des PME. Cette tendance est donnée principalement par les plus nombreux d'entre eux : les éditeurs de logiciels spécialisés pour un métier et les éditeurs de logiciels de gestion et production .

Seuls 6% des éditeurs de logiciels emploient plus de 100 personnes.

Répartition des éditeurs de logiciel en France sur les 10 premières régions

	Ile-de-France	Rhône-Alpes	PACA	Midi-Pyrénées	Pays de la Loire	Aquitaine	Nord-Pas-de-Calais	Bretagne	Languedoc-Roussillon	Alsace	Total France
de gestion et production	966	335	177	131	111	101	102	73	66	88	2519
Spécialisés pour un métier	914	308	206	128	110	121	93	75	97	56	2500
Systèmes / développement pour les réseaux et télécom	453	84	48	35	32	20	30	22	15	14	829
de Bureautique et SGBD	413	80	64	37	36	23	34	22	19	21	826
de formation - Enseignement	337	86	67	35	39	18	32	18	22	15	765
de traitement de l'image et son	160	44	26	17	22	13	11	11	14	11	387
Scientifiques	180	50	29	20	10	10	13	8	10	7	376
Utilitaires bureautique	113	48	30	9	9	5	7	4	8	4	271
Autres logiciels	122	30	25	6	7	3	11	8	10	3	253
d'électronique	73	20	14	10	13	7	6	7	8	5	188
Pour la famille	63	25	10	10	9	2	3	4	4	1	152
de jeux & divertissements	51	8	4	5	6	1	4	1	3	3	98
Total	30	6	6	3	2	0	3	0	3	1	60
<b>Total</b>	<b>2012</b>	<b>599</b>	<b>355</b>	<b>221</b>	<b>205</b>	<b>180</b>	<b>168</b>	<b>149</b>	<b>142</b>	<b>120</b>	

Source compuBase 2005

Après l'Île-de-France, les régions à détenir le plus d'éditeurs de logiciels sont la région Rhône-Alpes et la Provence Côte d'Azur.

Sur 5000 éditeurs en France, près de 20% sont basés dans ces deux régions réunies, contre 40% en Île-de-France.

## Brèves

### • compuBase étend son offre de services avec A2 Partner Consulting

Cabinet de conseil et réalisation spécialisé dans les offres de partenariats d'entreprises, A2 Partner Consulting a développé avec compuBase une offre de services destinée aux entreprises ICT souhaitant créer ou développer leur réseau de distribution. De l'étude d'un marché potentiel au recrutement de partenaires stratégiques, leur offre commune est composée à ce jour de 3 services : Create a channel, Channel starter kit et My first Distributor ! Détails de l'offre page 7.

Pour plus de renseignements, contactez nous au 01 69 18 34 34 ou info@compubase.net

### • Première Journée Portes Ouvertes compuBase à Londres le 16 novembre 2005

Aux vues du succès à nouveau remporté par la 10<sup>e</sup> JPO française et par la seconde édition italienne, compuBase organise au mois de novembre sa première JPO à Londres. Rassemblant une centaine de décisionnaires EMEA, cette manifestation sera l'occasion d'analyser la place du Royaume-Uni dans le marché européen de la distribution ICT. Le partenaire presse de cet événement sera le magazine anglais MicroScope, magazine créé pour les constructeurs, grossistes et revendeurs informatique désireux de maintenir un avantage comparatif dans leur marché.

Plus d'informations sur l'espace News

de notre site web : [www.compubase.net](http://www.compubase.net)

### • Nouveau site de vente en ligne pour les produits compuBase

compuBase ouvre un site de vente en ligne pour une partie de sa gamme de produits. Sont déjà disponibles à la vente : les rapports et études compuBase, certains services packagés et des droits d'accès à la base compuBase sous forme de Pass. Plateforme de vente réduite, le site marchand compuBase permet de simplifier le processus d'achat des produits "clés en mains" compuBase.

Tous les détails sur [www.compubase.biz](http://www.compubase.biz)

### • Nouvelle base sur la République Tchèque

Dans le cadre de l'extension de sa couverture des pays d'Europe Centrale et de l'Est, compuBase dispose aujourd'hui de 1600 sociétés en République Tchèque.

Ce sont, en tout près de 4000 contacts dont 1500 pourvus d'un email nominatif qui sont désormais disponibles. Après la Pologne, dont la base couvre 90% du CA généré par les partenaires IT et la République Tchèque, compuBase entame l'édification de sa base russe.

Pour plus d'informations sur notre base d'Europe centrale et de l'Est, contactez notre consultante Natalia Sorokina au 01 69 18 34 65 ou par email nsorokina@compubase.net

# Jean-Pierre Gilet, Directeur Général de Factobail :

## “Intéressons-nous davantage aux nouveaux profils de prestataires IT”



*Spécialisé depuis 1986 dans l'affacturage sur les marchés des TIC, Factobail a renouvelé ses outils de veille et de qualification, afin d'identifier au plus tôt les nouveaux profils d'acteurs de la distribution et des services. Les explications de Jean-Pierre Gilet, Directeur Général de Factobail.*

### Lead IT : Comment va la distribution informatique ?

Jean-Pierre Gilet : Avant de répondre à cette question, il faudrait bien préciser de qui l'on parle, car l'appellation "distribution informatique" recouvre aujourd'hui des métiers et des situations trop différentes

pour désigner l'ensemble des professionnels des marchés IT. En ce qui concerne l'activité de négoce de matériels, on doit bien parler d'un métier en voie de disparition, surtout en ce qui concerne le marché des entreprises. La situation est assurément différente pour les marchés grand public, mais nous ne travaillons pas avec les canaux qui dominent ce segment, qu'il s'agisse de la grande distribution ou des e-commerçants, qui font prioritairement appel à des capitaux risqués.

Ce constat de base étant posé, nous rencontrons de nombreuses sociétés informatiques rentables et dynamiques, mais pour qui la distribution des produits IT est devenue une activité secondaire. De fait, Factobail s'engage de plus en plus avec les sociétés qui sont fortement positionnées sur les services. Ces derniers mois, nous constatons ainsi que les PME ont franchi une étape en matière d'investissements dans les services, dans des domaines tels que l'infogérance où, même, de l'aide à la décision. En la matière, une société d'affacturage telle que la nôtre doit constamment chercher à identifier les marchés porteurs, les nouveaux usages et les sociétés qui sont en mesure d'en tirer profit.

### Lead IT : Quels outils utilisez-vous pour assurer cette veille ?

Jean-Pierre Gilet : C'est bien l'une des principales difficultés que nous avons

rencontrées depuis notre création, en 1986. Les métiers des marchés IT n'ont cessé de devenir plus complexes et plus variés. A l'origine, nous nous fondions sur les codes NAF " 516 " et " 518 " pour délimiter le champ de nos recherches, mais ces critères ne sont plus opérationnels. De la même manière, l'analyse des bilans n'est pas un outil de prospection, mais de vérification, dans la mesure où un nombre considérable d'entreprises ne les publient pas. Autre difficulté : les jeunes sociétés – ou "start up" – apparaissent généralement dans les fichiers deux ou trois ans après leur création, alors que nous avons besoin de les connaître au plus vite. Face à ces problèmes, nous nous sommes simplement demandé " qui dispose des meilleures bases de données sur les métiers qui nous intéressent ? ". A l'expérience, nous avons constaté que compuBase fournissait les éléments les mieux adaptés à nos besoins, notamment en termes de qualification. Ainsi, nous avons récemment investi dans l'acquisition de nouveaux fichiers pour affiner notre prospection par région et autour de certaines spécialités "métiers". L'accès à ces données qualitatives est devenu indispensable dans le contexte de la convergence des technologies et des canaux de distribution, qui fait émerger de nouveaux profils "hybrides".

### Factobail en bref

- Date de création : 1986, à l'initiative de GE Factofrance et de Bail Equipement.
- 1999 : Factobail entre dans la "Vendor Finance" en intégrant l'équipe de Heller Global Vendor Finance France.
- Effectif : 50 personnes
- 500 sociétés clientes en gestion
- Chiffre d'affaires moyen des entreprises clientes : 4 millions d'euros.



**FACTOBAIL**  
Tour Facto - 18, rue Hoche  
92988 PARIS LA DEFENSE CEDEX  
Tél. 01 46 35 73 73 - Fax 01 46 35 73 02

commercial@factobail.fr  
<http://www.factobail.fr>

## Comment le distributeur Autodesk en partenariat avec Man and Machine renforce son Marketing Réseau avec l'outil "My Marketing Tools"

La société Man and Machine France, l'un des principaux distributeurs à Valeur Ajoutée de l'éditeur de CAO Autodesk, souhaitait développer son réseau de vente en proposant des outils marketing efficaces et clés en main à ses partenaires. Pour cela, la mise en place d'une solution de marketing Online appelée *My Marketing Tools* via une interface Web a permis de répondre efficacement à leurs objectifs.

En effet, *My Marketing Tools* est un outil de marketing Online proposant des campagnes de communication personnalisables en quelques clics aux couleurs de chaque partenaire. Cette

solution entièrement gratuite pour les partenaires, leurs permet de relayer la politique commerciale de l'éditeur de façon cohérente et dans les meilleures conditions auprès du réseau.

Dès réception d'une demande, un identifiant et un mot de passe est attribué au revendeur par email. Une fois cette opération effectuée, ce dernier peut se connecter en toute sécurité à toutes les campagnes marketing mises à sa disposition et les personnaliser très rapidement.

Les différentes campagnes se composent d'éléments tels que des e-mailing promotionnels, des brochures produit, des fax-mailing ou encore des invitations à des journées Portes Ouvertes, permettant ainsi un gain de temps important dans la conception et



la création de documents commerciaux. Cet outil simple et performant a répondu à la volonté de Man and Machine d'accompagner leurs revendeurs dans la recherche de projets et de développement de leur activité commerciale.



Pour plus d'information contactez Infoflash 01 69 59 15 50

### Brèves

#### LA ROUTE DES EPICES...

LE NOUVEAU PROGRAMME REVENDEURS d'APC

Du 7 Septembre 2005 au 31 mars 2006, APC propose à son réseau de distribution un programme de fidélisation innovant, ouvert aux grossistes référencés et à tous les revendeurs indépendants.

APC récompense via le programme la régularité des achats sur la gamme des prises Parasurtenseurs et des onduleurs: tous les revendeurs enregistrés cumulent des points sur une carte bancaire virtuelle qui peut être créditée à partir de 50 € jusqu'à plusieurs centaines d'euros selon les achats effectués auprès des grossistes.

Par exemple, 5 prises Surge Arrest Essential, 2 prises surge Arrest Home / Office, 2 onduleurs Off line et 2 onduleurs Line-interactive, permettent déjà de dépasser les 50 €. Sur une période de 7 mois, ces ventes peuvent se multiplier facilement et représenter des montants de points à créditer sur la carte bancaire virtuelle qui deviendront très intéressants ! A mi-période, les participants ont la possibilité de dépenser leurs gains...

APC souhaite ainsi éduquer et créer le réflexe auprès des revendeurs de proposer systématiquement des prises Parasurtenseurs et des onduleurs APC à chaque vente d'équipement informatique, bureautique ou équipement Hi-Fi et Vidéo. C'est pour eux une vente facile, utile et générant une marge supplémentaire.

A l'issue du challenge, les 5 meilleures enseignes gagnent un séjour enchanteur dans le désert ! Les grossistes relaient activement le programme et verront aussi leurs meilleurs télé-vendeurs récompensés.



Kit de lancement, site Web, animations mensuelles éducatives permettent aux revendeurs de consulter le règlement complet, d'enregistrer leur participation, de mentionner les grossistes auprès desquels ils vont s'approvisionner, de suivre leur score de points (1 point = 1 euro)

[www.e-concours.net/apc-la-route-des-epices](http://www.e-concours.net/apc-la-route-des-epices)

Pour plus de renseignements, contactez Caroline Lattard au 01 69 59 15 50

## Outils marketing dédiés à la vente indirecte

CompuBase et A2Partner allient leur savoir faire et leur expertise pour créer une offre conjointe d'outils marketing dédiés à la vente indirecte sur le marché ICT.

### Create a Channel

Ce service est destiné aux sociétés souhaitant démarrer une activité et qui veulent en **étudier la réelle opportunité**. compuBase et A2Partner mettent à la disposition de leurs clients une étude globale et commentée sur la distribution ICT en France, une étude statistique sur la distribution dans le pays concerné, des interviews des intervenants majeurs du marché et un accès à la base compuBase.

**compuBase** : compuBase constitue la première base d'information européenne de partenaires informatiques, réseaux et télécoms.

**A2 Partner** : La mission d'A2Partner Consulting est d'accompagner les entreprises des "Technologies de l'Information et de la Communication" dans la définition, la mise en œuvre, le déploiement et l'évaluation de leur stratégie de partenariat et d'alliance d'entreprises.

### Channel Starter Kit

Ce service s'adresse aux sociétés ayant décidé de **démarrer une activité de vente indirecte** sur un marché et souhaitant mettre en place le recrutement de partenaires.

compuBase et A2Partner réalisent pour leurs clients une étude globale sur la revente indirecte IT ainsi qu'une analyse précise de la distribution indirecte de la catégorie de produit concernée. Ils fournissent à leurs clients un accès à la base compuBase et sélectionnent un réseau de partenaires. L'étude peut de plus être complétée par les modules suivants : communication (mise en place d'outils de communication), légal (éléments légaux indispensables pour démarrer une activité commerciale) et recrutement (centralisation d'informations complémentaires sur les partenaires).

### My first Distributor !

Ce service est destiné aux sociétés souhaitant **recruter leur premier grossiste** afin de pouvoir faire monter en puissance leur réseau de distribution. compuBase et A2Partner permettent à leur clients de connaître les acteurs en présence (fiches détaillées de grossistes potentiels, étude comparative de ces grossistes potentiels, Kit de démarrage grossiste : Do's and Don't's avec les grossistes, contrat type, commissionnement type), et préparent leur démarche commerciale (rapport de synthèse d'interviews de responsables achat grossistes).



Pour plus d'information :

Tél : (33) 1 69 18 34 34 ou  
consulting@compubase.net

## Booster vos communications avec le Vidéo Mail



Comment faire sortir vos campagnes d'e-mailing du flux quotidien ?

Il s'agit de redoubler de créativité et d'utiliser les dernières techniques pour communiquer par e-mail afin de capter l'attention du destinataire.

La solution : le Vidéo Mail

Le champ d'intervention du Vidéo Mail est large :

- Conquête de nouveau client,
- Animation, fidélisation, parrainage,
- Lancement produit, opération, promotionnelle, e-News Letter,
- E-learning.

Plus dynamique qu'un e-mail classique, il interpelle le destinataire d'une façon interactive.

Ainsi, on obtient un taux d'intérêt supérieur et des actions réflexes immédiates (demande d'information, contact immédiat, visualisation de pages cibles ou d'une démonstration on line...) ...

Cette réactivité du destinataire permet



d'obtenir un taux de clics 4 à 6 fois supérieurs à un e-mail classique.

Les déclinaisons graphiques du vidéo mail s'effectuent sur un registre très large de la Bande Dessinée en passant par l'animation 3D jusqu'au film permettant de contacter, d'une façon captive, l'ensemble des populations ciblées.

Connectez vous dès maintenant pour visualiser quelques exemples :  
<http://www.infoflash.fr>



Pour plus d'information  
contactez Florent Truchot  
au 01 69 59 15 50

- Secteur Informatique
- Multimédia
- Télécommunications\*

## DISTRIFORUM

La première plateforme de business one-to-one  
Du 29 septembre au 1<sup>er</sup> octobre 2005

Monaco, Forum Grimaldi

## INTEROP Paris

Convergence et intégration Informatique, Télécom et Internet  
Du 18 au 19 octobre 2005

Paris, Paris Expo, Porte de Versailles

## CONVENTION VoIP

Enjeux et avenir de la Voix sur IP  
Du 18 au 19 octobre 2005

Paris, Paris Expo, Porte de Versailles

## SATIS

Salon des technologies et des solutions audiovisuelles  
Du 18 au 20 octobre 2005

Paris, Paris Expo, Porte de Versailles

## SECURITE INFORMATIQUE

Salon des solutions de sécurité des

systèmes d'information  
Du 23 au 24 novembre 2005  
Paris, CNIT la Défense

## STORAGE EXPO

Salon spécialisé dans les solutions de stockage des données  
Du 23 au 24 novembre 2005  
Paris, CNIT La défense

## FORUM INTEGRATION

Urbanisation et architecture des systèmes d'information  
Du 23 au 24 novembre 2005  
Paris, CNIT la Défense

## MOBILE OFFICE

Salon des solutions mobiles de l'entreprise : services, applications, outils  
Du 6 au 8 décembre 2005  
Paris, Palais des congrès, Porte Maillot

## SOLUTIONS LINUX

Salon sur les logiciels libres pour l'entreprise GNU/Linux, Open source  
Du 31 janvier au 2 février 2006  
Paris, CNIT la Défense

## ERP, E-PROCUREMENT SERVEURS & APPLICATIONS

ERP : Le salon des Progiciels de

Gestion Intégrés  
E-PROCUREMENT : Le salon des nouvelles Solutions Achat  
SERVEURS & APPLICATIONS : Systèmes eServer iSeries et AS/400  
Du 27 au 29 septembre 2005  
Paris, CNIT la Défense

- Marketing
- Vente
- Communication\*

## MVI SOLUTIONS CRM

Salon des nouvelles solutions pour la relation client en Marketing, Vente & Informatique  
Du 27 au 29 septembre 2005  
Paris, CNIT la Défense

## VAD

Rendez-vous de la vente à distance, commerce électronique et marketing direct  
Du 11 au 13 octobre 2005  
Lille, Grand Palais

## SEMO

Salon des études marketing média et opinion  
Du 29 au 30 novembre 2005  
Paris, Palais des congrès, Porte Maillot

LeadIT est une newsletter d'information gratuite, conçue et réalisée conjointement par compuBase et Infoflash. Les informations contenues dans cette newsletter sont données à titre indicatif et ne sauraient engager la responsabilité de leurs auteurs.

© Copyright :  
Infoflash et compuBase

Comité de rédaction :  
Thierry Vacherot (Infoflash)  
Jack Mandard (compuBase)

Maquette : Infoflash

\* Liste non exhaustive, disponible au moment de l'impression. Nous vous conseillons de vérifier dates et lieu avant de vous déplacer.

*Vous avez apprécié de recevoir cette newsletter et vous souhaitez la faire connaître gracieusement autour de vous...  
Photocopiez ce coupon plusieurs fois si nécessaire et adressez-le, dûment complété*

**par fax au : 01 69 18 34 44**

(Merci d'écrire en lettres capitales)

Nom .....Prénom .....

Fonction .....Société .....

Adresse .....

Code Postal ..... Ville.....

E-mail (indispensable) .....

Téléphone .....Fax .....

Je préfère recevoir gracieusement Lead. IT :  Par courrier  Par E-mail (PDF)

*Je souhaite abonner gracieusement les personnes suivantes :*

(Merci d'écrire en lettres capitales)

Nom .....Prénom .....

Fonction .....Société .....

Adresse .....

Code Postal ..... Ville.....

Téléphone .....Fax .....

E-mail (indispensable) .....

Vos collaborateurs

## compuBase

The Leading European ICT Channel Intelligence Company

Le Mont Royal • 21, avenue du Québec  
91951 Courtabœuf Cedex  
Tél : 01 69 18 34 34 • Fax : 01 69 18 34 44

Contact : Jack Mandard, PDG  
e-mail : jmandard@compubase.net  
[www.compubase.net](http://www.compubase.net)

## INFOFLASH

Agence Conseil en Communication,  
spécialisée IT

Le Labrador • 3, avenue du Québec  
91951 Courtabœuf Cedex  
Tél : 01 69 59 15 50 • Fax : 01 69 28 93 70

Contact : Thierry Vacherot, PDG  
e-mail : tvacherot@infoflash.fr  
[www.infoflash.fr](http://www.infoflash.fr)