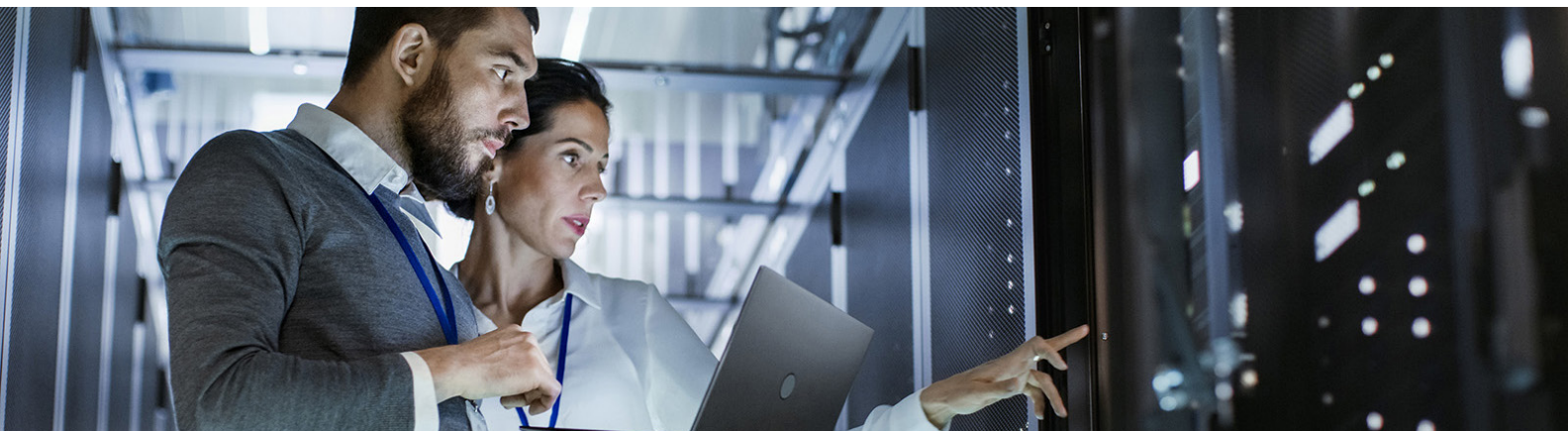




RETOURS D'EXPÉRIENCE

Comment Dell EMC anime son réseau de partenaires grâce aux solutions de TechTarget ?

Dell EMC anime un large réseau de partenaires en France. Pour impliquer ces acteurs dans la stratégie marketing de Dell EMC et les accompagner dans la transition vers le digital, **Valérie Méterreau, Partner Marketing Manager chez Dell EMC France** mène avec TechTarget France des campagnes intégrées depuis de nombreuses années.

Pouvez-vous nous décrire le cadre de votre collaboration avec LeMagIT et TechTarget ?

Cela fait près de 9 ans que nous travaillons avec les équipes de TechTarget. Au départ notre problématique était de promouvoir la marque Dell EMC, alors plutôt connue pour ses solutions tournées vers les grands comptes, auprès du segment mid-market en France. Pour cela, nous avons très vite considéré qu'une campagne intégrée, incluant de la création de contenus custom orienté PME, le développement et l'animation d'un site dédié, l'envoi de newsletters thématiques et le recrutement de leads grâce aux contenus créés nous permettrait tout à la fois de mieux expliciter les enjeux technologiques propres aux PME et de valoriser nos solutions et de fidéliser une audience clé et très ciblée. De cette stratégie est né la newsletter de promotion et le site SolutionITPME.

Qui ?

Le département marketing de Dell EMC France, notamment en charge de l'animation du réseau des partenaires.

Quoi ?

Animer le réseau de partenaires Dell EMC en France et développer la visibilité des technologies Dell EMC auprès d'une cible mid market.

Pourquoi ?

Pour impliquer les partenaires dans la stratégie de marketing digital de Dell EMC et valoriser leur expertise et leurs valeurs.

Comment ?

En menant des campagnes intégrées avec TechTarget, dans une stratégie de long terme : création d'une newsletter et animation d'un site dédié, création de contenus custom, génération de leads, envoi de newsletters thématiques.

Depuis, nous avons renouvelé ce dispositif année après année. D'autant plus que cette collaboration de long terme s'est inscrite dans la transformation digitale et le déploiement de nouveaux leviers marketing par Dell EMC. Nous sommes donc très satisfaits des résultats.

Vous êtes en charge des partenaires chez Dell EMC. Comment les impliquez-vous dans un dispositif de ce type ?

Cela s'est fait dans le temps. J'ai souhaité leur faire profiter de manière simple d'un dispositif un peu complexe. En tant que marketing manager en charge de l'accompagnement des partenaires, il me paraît important de les impliquer dans la stratégie marketing de Dell EMC et de leur proposer des idées novatrices, comme la campagne SolutionITPME menée avec TechTarget. Mais en impliquant les partenaires dans ce dispositif, nous avons vite été confronté à plusieurs défis. En premier lieu, le fait que ceux-ci n'aient pas pour habitude de mener des campagnes 100% digitales. Il a donc fallu faire un travail d'accompagnement et d'évangélisation. Le deuxième défi, inhérent au premier, est que peu d'entre eux disposaient de contenus marketing mettant leur expertise et leurs valeurs en avant et sur lesquels nous pouvions capitaliser pour mener des actions et recruter des leads.

**« 15% des leads générés par
TechTarget débouchent sur la
découverte de projet »**

Comment TechTarget vous a aidé à relever ces défis ?

L'expertise de TechTarget en création de contenu a été un élément important. Nous avons pu créer pour les partenaires, des contenus à forte valeur ajoutée, qui nous ont permis de les mettre en avant durant les différentes campagnes et de recruter des leads de qualité, qui ont généré du pipeline.

Le but pour les partenaires est d'exploiter ces contenus custom non seulement dans le cadre de la campagne TechTarget, mais également à l'issue du programme pour prolonger la communication et nourrir leurs propres cibles. Cela permet d'inscrire les partenaires dans une stratégie digitale à long terme. A titre d'exemple, Atos, l'un de nos partenaires a parfaitement adhéré à cette stratégie et continue de capitaliser sur les contenus créés par TechTarget même la campagne finie.

Pouvez-vous nous en dire plus sur les résultats qui ont découlé des actions marketing autour du dispositif SolutionITPME ?

De manière générale le résultat est très satisfaisant et nous conduit à renouveler chaque trimestre ce programme.

Côté contenu l'expertise autour du site LeMagIT et de TechTarget nous est précieuse en terme de cadrage, de format et de ligne éditoriale. Cela nous permet de renouveler les sujets tout en réussissant parfaitement à mettre à portée des lecteurs et à rendre accessibles, les solutions les plus ardues de Dell EMC. Cela facilite grandement notre communication marketing et la rédaction de contenu par un éditeur expert indépendant permet d'apporter une crédibilité supplémentaire à notre discours.

En terme de ROI, ce dispositif a contribué à améliorer les campagnes « search » de Dell EMC et a positionné notre marque sur un pan du marché sur lequel nous étions peu présents. Aujourd'hui, ce dispositif permet également de mettre en avant, à travers les différentes campagnes, chacun des partenaires Dell EMC. Il a enfin contribué à développer du pipeline commercial et à signer de nouveaux projets. En moyenne, 15% des leads générés par TechTarget débouchent sur la découverte de projet, valorisé par un chiffre d'affaires, et ce sur une campagne 100% digitale ! Ces projets nous permettent aussi bien de détecter des clients totalement nouveaux, que de réaliser des opérations de cross-selling auprès de clients Dell EMC existants.

About TechTarget

TechTarget (Nasdaq: TTGT) is the global leader in purchase intent-driven marketing and sales services that deliver business impact for enterprise technology companies. By creating abundant, high-quality editorial content across more than 140 highly targeted technology-specific websites, TechTarget attracts and nurtures communities of technology buyers researching their companies' information technology needs. By understanding these buyers' content consumption behaviors, TechTarget creates the purchase intent insights that fuel efficient and effective marketing and sales activities for clients around the world.

TechTarget has offices in Beijing, Boston, London, Munich, Paris, San Francisco, Singapore and Sydney. For more information, visit techtarget.fr and follow us on Twitter [@TechTargetFR](https://twitter.com/TechTargetFR).



 22 rue Léon Jouhaux, 75010 Paris, France

 +33 (0)1 77 32 13 00

 cdecommer@techtarget.com

 www.techtarget.fr