



Valoriser un savoir-faire avant une introduction boursière

FICHE D'IDENTITÉ



Qui ?
Franklin Partners.

Quand ?
1998-99.

Quoi ?
Mediagerance SA est né de la rencontre de Franck Jaclin, P-DG de Franklin Partners Communication Visuelle et Jean-Bernard Tailheuret, P-DG de Médialogie. À l'occasion de son introduction au Nouveau Marché de la Bourse de Paris, la société MEDIAGERANCE SA doit renouer des relations avec les médias.

B2B

Type de prestation :
Communiqué de presse.

Centres d'intérêt :
Commercial, Formation, Tourisme, Luxe, BTP...

Presse visée :
Professionnelle et économique.

Savoir-faire mis en œuvre :
Relations presse.

Voir aussi :
De nombreux autres exemples de campagnes de presse alimentées par les témoignages clients.



LE PLUS

Nous avons écrit une demi-douzaine de communiqués pour médiatiser des prestations multimédia réalisées pour des grands comptes : des bornes multimédia pour les Espaces du Tourisme Ile-de-France à l'occasion de la coupe du Monde de football, des aides à la vente pour Helena Rubinstein (DVD vidéo interactif pour la Direction de la Formation), un CD-Rom pour les professionnels du Batiment commandité par les Tuiles Lambert, des animations panoramiques, en Quick Time VR, pour les sites industriels et les collectivités locales équipées par DEGREMONT... La diffusion a été réalisée sur la presse économique, et verticales.

RÉSULTATS

Franklin Partners, entame son virage stratégique et affirme ses compétences multimédia. Elle engage un dialogue simple et efficace avec les médias, avant son entrée en Bourse, autour de ses compétences.

NOTRE AVIS

L'intérêt des journalistes est alors neuf pour les applications professionnelles du multimédia. La qualité des applications, la précision de la diffusion et des écrits, nous ont apporté des retombées qualitatives de grande valeur.