



# Organiser des séminaires à visée commerciale

FICHE D'IDENTITÉ



**Qui ?**  
ToTeam.

**Quand ?**  
2000.

**Quoi ?**  
Jeune société d'études, ToTeam sort plusieurs études multiclients pour se faire connaître : ainsi en est-il d'un bilan de perception de la technologie WAP, d'une enquête sur le comportement et les attentes des internautes, et d'une étude sur le commerce. Dans le cadre d'un contrat annuel de relations presse, C3M a mis en place trois petits déjeuners conférences ouverts aux prospects et à la presse. Ils ont réuni de 30 à 150 participants

**B2B**

**Type de prestation :**  
Organisation de séminaires.

**Centres d'intérêt :**  
Études, marketing, IT.



**Presse visée :**  
Informatique, marketing, entreprise.

**Savoir-faire mis en œuvre :**  
Relations presse, marketing direct, événementiels.

**A noter :**  
Une prestation clefs en main.

**Voir aussi :**  
Internet Telecom (3 séminaires au sein de l'Atelier technologique Paribas ; plus de 1 000 invités au total), Wokup ! (séminaire de lancement au Prince de Galles), Rue des Écoles (conférence-partenaires à l'Institut du monde arabe), Axidium (4 petits déj), Hot Tuning (lancement à l'Auto Passion pendant le Salon de l'auto), Budgetelecom (Atelier Paribas), EISTI (4 séminaires sur les métiers informatiques), Cabestan (présentation-client au Sofitel Arc de Triomphe), Delia Systems (intervention à Mobile Office).

## COMBIEN

Dans le cadre de notre contrat annuel de relations presse, ces séminaires sont facturés à l'unité, en options complémentaires. Honoraires/séminaire, à partir de 1 000 euros (+ frais technique à la charge du client).

## LE PLUS

Prendre en charge la totalité de l'organisation : choix des salles, location de matériels, coordination des interventions, délégation d'un animateur, média-training et répétition, édition et diffusion de l'invitation, location ou achat de fichiers, accueil, remise d'un dossier, envoi d'un courrier de remerciements...

## RÉSULTATS

Une quarantaine d'articles, la moitié dans la presse informatique professionnelle (e-business, 01 Informatique, Décision Micro & Réseaux, Internet Professionnel, Le Monde Informatique) et grand public (Newbiz, Transfert...). Les autres retombées paraissent dans une presse orientée marketing (Marketing Magazine, Stratégies...), quotidienne ou économique (Libération, Challenges).



# VU dans les médias

une sélection de la revue de presse de ToTeam



EN CHIFFRES (diffusion)	
Presse Marketing	11 700
Marketing Magazine - mensuel :	10 548
Stratégies - hebdo :	16 152
CB News - hebdo :	13 000
Marketing Direct - mensuel :	
Grand public	
E-commerce Magazine - mensuel :	30 000
Le Quotidien des Télécoms, de l'Internet et des Réseaux - quotidien	
Décision Micro & Réseaux - hebdo :	61 815
Mobiles Magazine - mensuel :	32 000
Libération	
Challenges - bimensuel :	229 709
LSA - hebdo :	23 620
Le Journal des Grandes Écoles - trimestriel	
Newbiz	
Presse quotidienne	
Libération - quotidien :	156 077