

REVUE DE PRESSE – PARTENARIAT MARKET/VIADÉO



viadeo 

Avril 2016



■ Online

- Itespresso – 13 avril 2016
- Boursier.com – 18 avril 2016
- L'ADN.eu – 19 avril 2016



- Vidéo Salon e-Marketing : : Marketo – Viadeo : « Marketo permet d'accélérer le time-to-market »
- <http://www.itespresso.fr/video-salon-e-marketing-marketo-viadeo-mark3to-accelerer-time-to-market-126570.html>



3 2 2 [Donnez votre avis](#)

Salon e-Marketing Paris 2016 : François Rychlewski (Marketo) et Edith Taillart (Viadeo) font le point sur les bénéfices apportés par les solutions de marketing automation déployées par Marketo.

Salon e-Marketing Paris 2016 : François Rychlewski, directeur Europe du Sud de Marketo, définit les points forts de ce spécialiste du marketing automation et de l'engagement client, face à des concurrents américains comme Oracle ou Adobe.

Edith Taillart, directrice du marketing et du développement business de Viadeo, témoigne sur le nouveau partenariat noué entre le réseau social BtoB français et Marketo.



- **Viadeo choisit Marketo pour soutenir l'évolution de son business model et la réorientation de sa stratégie**
- <http://www.boursier.com/actions/actualites/news/viadeo-choisit-marketo-pour-soutenir-l-evolution-de-son-business-model-et-la-reorientation-de-sa-strategie-682206.html>

Viadeo choisit Marketo pour soutenir l'évolution de son business model et la réorientation de sa stratégie

Abonnez-vous pour moins de 1€ par jour !



Publié le 18/04/2016 à 07h24

(Boursier.com) — Marketo Inc, fournisseur leader de logiciels et de solutions d'engagement marketing, annonce que le réseau social professionnel français **Viadeo** a choisi sa plateforme pour apporter le meilleur service et la meilleure expérience à ses utilisateurs et sa clientèle B2B. Viadeo réunit aujourd'hui plus de 10 millions de membres en France, désireux de constituer leur réseau, mettre à jour leur profil ou encore partager avec leurs pairs.

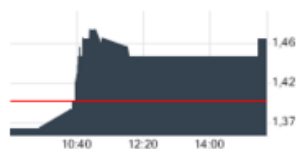
Ce partenariat s'inscrit dans la stratégie de développement business initiée en 2015 par Viadeo pour s'adresser davantage à une clientèle B2B composée d'entreprises souhaitant recruter de nouveaux talents, développer leur marque employeur ou encore leur visibilité publicitaire sur le réseau social.

Pour ce faire, Viadeo décide de s'orienter vers le lead management et choisit Marketo pour venir soutenir cette stratégie. L'objectif : parvenir à une connaissance plus fine du prospect et de son comportement pour accroître le volume d'opportunités business qualifiées.

Depuis fin 2015, l'utilisation de Marketo permet à Viadeo de mieux cerner le prospect et d'interagir avec lui de la façon la plus pertinente et personnalisée possible. Pour chaque lead généré, l'équipe est désormais à même :

- de qualifier le prospect en fonction de son évolution tout au long du cycle d'achat (phase de scoring) ;
- d'entamer une stratégie de nurturing propre à chaque prospect, permettant de lui soumettre uniquement les contenus les plus adaptés à ses intérêts et à son comportement ;
- de transmettre uniquement les leads les plus matures aux commerciaux

Soyez le premier à réagir !



D'autre part, le recours à l'automatisation des opérations marketing permet à l'équipe de gagner considérablement en productivité et de se concentrer davantage sur des aspects stratégiques plutôt que sur de l'opérationnel.

"Nous avons besoin d'un outil puissant, que l'équipe pourrait maîtriser rapidement, et à un coût raisonnable" commente Edith Taillart, Directrice du Marketing B2B de Viadeo. "Marketo représente un excellent compromis pour répondre à nos objectifs ambitieux. Notre chiffre d'affaires B2B est d'ores et déjà devenu notre première source de revenus et le lead management est là pour y contribuer."

François Rychlewski, Directeur Europe du Sud de Marketo, complète "Aujourd'hui, les responsables marketing doivent établir des liens étroits avec les clients partout où ils se trouvent et leur offrir une expérience similaire sur n'importe quel type de device. Viadeo, en tant que réseau social professionnel, en a bien conscience. Notre solution permet à Viadeo d'interagir avec le prospect de façon personnalisée et de l'amener à maturité en étant libéré de la contrainte de l'outil, qui a été très facilement pris en main par l'équipe."

Sur du plus long terme, Viadeo souhaite s'appuyer sur Marketo pour mener des actions cette fois-ci dédiées à sa clientèle B2B déjà existante.



- **VIIDEO CHOISIT MARKETO**
- <http://www.ladn.eu/actualites/viideo-choisit-marketo,article,31311.html>



Viideo choisit Marketo pour soutenir l'évolution de son business model et la réorientation de sa stratégie.

Marketo, Inc. (NASDAQ: MKTO), fournisseur leader de logiciels et de solutions d'engagement marketing, annonce que le réseau social professionnel français Viideo a choisi sa plateforme pour apporter le meilleur service et la meilleure expérience à ses utilisateurs et sa clientèle B2B. Viideo réunit aujourd'hui plus de 10 millions de membres en France, désireux de constituer leur réseau, mettre à jour leur profil ou encore partager avec leurs pairs.

Ce partenariat s'inscrit dans la stratégie de développement business initiée en 2015 par **Viideo** pour s'adresser davantage à une clientèle B2B composée d'entreprises souhaitant recruter de nouveaux talents, développer leur marque employeur ou encore leur visibilité publicitaire sur le réseau social.

Pour ce faire, Viideo décide de s'orienter vers le **lead management** et choisit Marketo pour venir soutenir cette stratégie. L'objectif : parvenir à une connaissance plus fine du prospect et de son comportement pour accroître le volume d'opportunités business qualifiées.