

La **Référence** du **Marketing** stratégique et opérationnel

→ TOUTE LA CULTURE GÉNÉRALE DU MARKETING, DÉDIÉE AUX DÉCIDEURS ET AUX ENTREPRISES QUI ONT CHOISI DE PLACER LE CLIENT AU CŒUR DE LEUR STRATÉGIE, POUR VENDRE PLUS ET MIEUX.

→ PLUS DE **70 000** LECTEURS CHAQUE MOIS.

→ **86%** DES LECTEURS TRAVAILLENT CHEZ L'ANNONCEUR.



Toute l'information professionnelle

dédiée aux décideurs marketing,

commerciaux

et communication

Marketing MAGAZINE Le meilleur support de votre communication

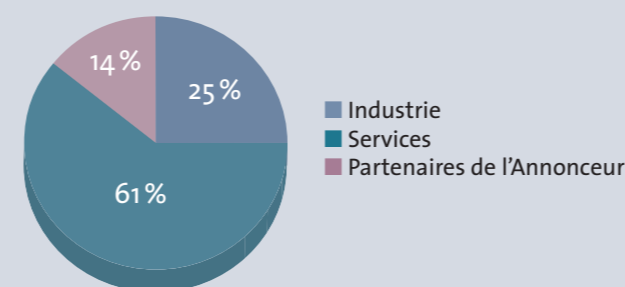
→ Unique titre généraliste, Marketing Magazine s'intéresse depuis **PLUS DE 10 ANS** à toutes les disciplines du marketing stratégique et opérationnel, dans tous les secteurs.

+ de 70 000 lecteurs chaque mois !

DES GRANDS COMPTES DANS TOUS LES SECTEURS

65 % des entreprises abonnées ont plus de 50 salariés

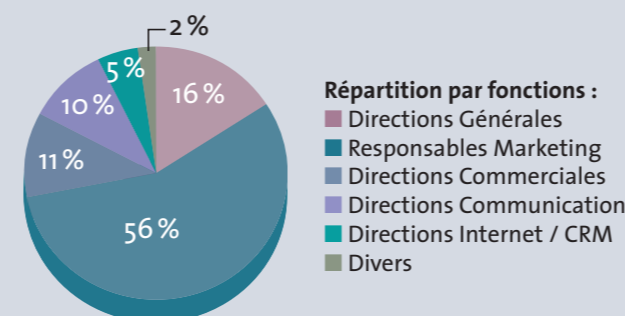
31 % des entreprises abonnées ont plus de 500 salariés



DES LECTEURS DÉCISIONNAIRES...

86 % des lecteurs travaillent chez l'annonceur

95 % des lecteurs ont une fonction de direction



... FIDÈLES ET IMPLIQUÉS

Temps de lecture : 48 minutes
Taux de reprise en mains : 4 fois
Lecture à domicile : 41 %
Archivage : 96 %
77 % des lecteurs sont abonnés depuis plus de 2 ans
Taux de circulation : 5,9

CHIFFRES-CLÉ

- Lancement : 1995
- Périodicité : 9 numéros + 1 guide
- Diffusion OJD : 11 178 exemplaires (diffusion payée : 9 392 exemplaires)

Les produits dérivés Marketing Magazine



Les Trophées Marketing Magazine

LES TROPHÉES Marketing Magazine
Conçu à l'image du titre, cet événement fédérateur, met en valeur les compétences des annonceurs et de leurs partenaires dans l'ensemble des disciplines du marketing. Chaque année, l'équipe de Marketing Magazine accueille 500 décideurs dans un lieu prestigieux à l'occasion de cette remise de prix.

L'ÉLECTION DE L'HOMME MARKETING DE L'ANNÉE

La rédaction de Marketing Magazine sélectionne dix personnalités et dresse leurs portraits dans le titre. Les lecteurs peuvent ensuite voter pour celle dont la stratégie marketing leur semble la plus exemplaire.

LES TROPHÉES DE L'INNOVATION

Destinés à récompenser les démarches les plus innovantes, appliquées à plusieurs éléments clés du mix, les « Trophées de l'Innovation Marketing » sont ouverts à tous les partenaires des entreprises (instituts d'études, agences conseils, agences médias, médias, ...), ayant conçu et mis en œuvre des réalisations innovantes. Les six grandes catégories primées par le jury de décideurs marketing, études et communication sont : (Créativité Média, Design, Études, Marketing Opérationnel, Marketing Relationnel, Stratégie de Communication).

Le Guide du Directeur Marketing

Ce guide, conçu en fonction des préoccupations des décideurs en entreprise, est organisé en 3 parties :

- un point complet sur les structures et organisations du marketing et les relations entre les annonceurs et leurs partenaires (agences, instituts d'études, conseils ...)
- la présentation du dirigeant marketing d'aujourd'hui : profils, missions, formation, évolution des fonctions marketing et de leurs places au sein de l'entreprise.
- l'annuaire des principaux partenaires accompagnant un décideur marketing dans sa pratique professionnelle. (Rubriques : Conseils, Études, Formation, Marketing services, Design, Médias, Communication, Animation des réseaux)

Le Guide du Directeur Marketing est diffusé aux abonnés de Marketing Magazine et adressé nominativement à une sélection des directeurs marketing, études et communication les plus influents.

Les Opérations Spéciales



Marketing Magazine propose différents types d'opérations spéciales :

Événements, Conférences, Petits-déjeuners, Sponsoring de plus produit (Supplément magazine, Newsletters salons, Posters...), Sponsoring de rubriques, Mini magazines, Bandeau de cerclage, Marque-page avec lien, Post it, Cartes collées...

Votre contact publicitaire peut vous proposer des solutions spécifiques pour :

- développer votre notoriété grâce à des opérations à fort impact,
- vous faire connaître par une communication créative sur-mesure,
- bénéficier de l'image de Marketing Magazine en vous associant à une marque reconnue,
- adopter une communication de contenu nécessitant un format différent.

CONTACT PUBLICITÉ :

Daphné Caby-Baer

Directrice de la Publicité

01 41 31 72 41 - dcabybaer@editialis.fr



UN POSITIONNEMENT ÉDITORIAL UNIQUE

Toute la culture générale du marketing dédiée aux décideurs et aux entreprises qui ont choisi de placer le client au cœur de leur stratégie, pour vendre plus et mieux.

Les lecteurs de Marketing Magazine s'intéressent aux informations sur toutes les problématiques liées au marketing (Stratégie, Produit, Distribution, Marketing opérationnel, Outils de communication média et hors média) et sur les experts et prestataires pouvant les accompagner dans leur pratique professionnelle :

- Études
- Conseils
- Médias
- Agences
- Publicité
- Événementiel
- Motivation
- Marketing direct
- Communication écrite
- Design
- Marketing services
- Communication interactive
- Création de noms de marques
- PLV
- Dotations
- Formation continue
- Relations presse
- Tourisme d'affaires,
- Business intelligence,
- Géomarketing
- Bases de données
- E-mailing
- Télémarketing
- Papier
- Fichiers
- Banques d'images
- Marketing terrain
- Matériel informatique
- CRM
- Imprimantes
- Acheminement
- Moteur de recherche
- ...

Caractère unique et original au sein de la presse professionnelle, l'approche généraliste de Marketing Magazine en fait un auxiliaire précieux, quel que soit le domaine d'activité de référence, pour qui souhaite avoir en permanence des données et des indicateurs précis sur les stratégies et les marchés. L'équilibre entre l'évocation de cas concrets et la réflexion stratégique, la réalité des marchés et l'expérience des hommes en fait un outil de référence incontournable, dont la rigueur et la pertinence éditoriale sont appréciées.

→ Chaque mois, des rendez-vous ...

3 bilans complets et détaillés sur un métier, un secteur ou une problématique spécifique du marketing, incluant des avis d'experts, des témoignages annonceurs, des données chiffrées, des résultats d'études...



2 enquêtes prospectives programmées par la rédaction en fonction de l'actualité, analysant les nouvelles tendances.



... organisés en 3 grandes parties

Veille

→ La partie Veille a pour objectif de permettre aux lecteurs de déceler les tendances, de veiller aux marchés émergents et aux innovations produits. Elle propose de nombreux avis de spécialistes, des résultats d'études, des données chiffrées, l'analyse de tendances, les nouveaux produits mis sur le marché ...

Rubriques : Enquête Veille, Décryptage, Perspectives, Baromètres, Paroles d'experts, Il fallait y penser.



Marque

→ La partie Marque est au cœur des préoccupations des décideurs et leur offre les outils pour décrypter le marketing d'aujourd'hui et bâtir une stratégie inventive et efficace, pour vendre mieux. Y sont présentés des cas concrets, des témoignages de décideurs ou de chercheurs, des circuits de distribution et de nombreuses informations sur les moyens de communication médias et hors médias.

Rubriques : Enquête Marque, Entretien, Focus Média, Cas Marketing, Portrait d'enseigne, Repères.



Métier

→ La partie Métier a pour vocation d'aider les lecteurs à détecter les solutions les mieux adaptées et à sélectionner les meilleurs prestataires dans le cadre d'un plan d'action marketing et commercial performant. De nombreuses informations sur les évolutions de la fonction marketing, les expériences de décideurs et les plus récentes techniques de management y sont également régulièrement traitées. Les lecteurs ont rendez-vous avec des dossiers détaillés, de nombreux indicateurs médias et hors médias, les nouveaux outils marketing, les techniques de management, les nominations, les formations, les livres...

Rubriques : Le Point sur, Enquête Métier, Management, La vie des conseils, Solution, Indicateurs Médias, Alerte « Les nouveaux supports hors médias », Formation, Vient de paraître, Carrières.



Les lecteurs témoignent :

- « Un magazine qui **informe**, aide à **réfléchir** et à **agir** »
- « Un outil de **connaissance**, d'**ouverture** et de **veille** »
- « Un magazine **rationnel**, **ouvert** et **consensuel** »
- « Un magazine qui fonctionne comme une **aide à la réflexion** pour les spécialistes mais aussi comme une **aide à la formation** et un **guide pour les non-initiés** »
- « Un magazine de référence qui **accompagne la pratique professionnelle** quotidienne »
- « Un vrai généraliste permettant d'**élargir sa vision du marketing**, des produits et des acteurs et d'**obtenir des informations utiles et intéressantes** sur d'autres univers que le sien »