

# Quand le marketing Microsoft cible l'éducation et ses enseignants clients

Ce n'est pas faute d'avoir tenté de contrarier la chose, mais, beau joueur, le Framablog tient à féliciter chaleureusement Microsoft pour avoir récemment remporté le Grand Prix « **Acquisition et Fidélisation Clients** » grâce à sa campagne « Éducation » réalisée avec l'agence Infoflash, lors du quatrième forum du CMIT (qui a réuni près de trois cents professionnels de la communauté du marketing et de la communication du secteur des TIC).



J'espère que Thierry de Vulpillières n'oubliera pas d'associer le Café Pédagogique et Projetice à un succès auquel ils ont grandement contribué.

Sur le site d'Infoflash (qui porte bien son nom), on peut lire la campagne ainsi résumée :

*Microsoft France*

*Office 2007 à la conquête des enseignants*

***L'objectif***

*Une campagne de conquête de marché et d'adoption d'Office dans l'Éducation*

***La cible***

*Les enseignants des 12 000 collèges et lycées et des 40 000 écoles primaires*

***L'idée***

*Une communication personnalisée par discipline enseignée avec un mix print et web provoquant l'adhésion des enseignants et leur reconnaissance*

## **Les moyens**

*Un dispositif efficace : poster, lettre d'introduction, mailing, portail de téléchargement riche et interactif avec introduction en vidéo. Un message positif, clair et personnalisé aux cibles identifiées*

On trouve plus de détails sur un communiqué de presse d'Infoflash, daté du 29 janvier dernier et titré « Microsoft part à l'assaut du monde de l'éducation avec Infoflash » (sic !), dont voici quelques extraits.

*Au 1er semestre 2008, la division Microsoft Education a sollicité les équipes d'Infoflash pour créer en un mois seulement une mécanique et les outils les mieux adaptés à sa campagne de communication autour de Microsoft Office Professionnel 2007.*

*L'agence a donc proposé une communication personnalisée par discipline enseignée avec un mix print et web destiné à susciter l'adhésion des enseignants et leur reconnaissance. En plus de créer deux sites Internet performants pour sensibiliser et répondre à leurs attentes, des mailings personnalisés ainsi que des mailings promotionnels ont été envoyés aux enseignants et aux établissements scolaires ciblés.*

*Infoflash a mené cette campagne en deux temps : En juin 2008, un mailing personnalisé a été envoyé à 120 000 enseignants et personnels de collèges pour leur faire découvrir Microsoft Office Professionnel 2007. Ce mailing les encourageait à télécharger gratuitement la licence et à se former pendant l'été sur [www.officepourlesenseignants.fr](http://www.officepourlesenseignants.fr), site réalisé pour la campagne.*

Voir le billet Microsoft Office 2007 désormais gratuite pour tous les enseignants sur le Framablog.

*En novembre 2008, ce sont deux vagues de mailings spécifiques qui ont été initiées par Infoflash. Un mailing promotionnel a ainsi été envoyé à 12 000 personnels de collèges (principaux, documentalistes et intendants) pour faire découvrir Microsoft Office Professionnel 2007 aux établissements grâce à une offre promotionnelle d'achats de licences à prix très attractif en accédant à [www.officepourlesetablissements.fr](http://www.officepourlesetablissements.fr)*

Voir le billet *L'accès au fichier professionnel des enseignants : l'exemple Microsoft sur le Framablog.*

*Un 2e mailing a été envoyé à 350 000 enseignants dont 30 000 enseignants en école primaire pour leur proposer le téléchargement gratuit de la solution Microsoft pour leur usage personnel ainsi que l'accès à 350 tutoriels pour les aider à préparer leurs élèves au B2i.*

Voir le billet *L'influence de Microsoft à l'école n'est-elle pas disproportionnée ? sur le Framablog.*

*Le dispositif global mis en place autour de Microsoft Office Professionnel 2007 a donc servi à la fois aux enseignants (gain de temps, préparation des cours...) et aux élèves (traitement de texte, tableur, recherche sur Internet).*

Voir le billet *Le débat sur Windows Vista et MS Office 2007 à l'école aura-t-il lieu ? sur le Framablog.*

Le communiqué s'achève sur deux témoignages :

*« Nous avons pu constater que les enseignants et le personnel des établissements scolaires ont très bien perçu cette campagne ; ce qui a indéniablement permis d'augmenter la visibilité de cette solution proposée par Microsoft » précise Frédérique Dublanc, Directrice de clientèle chez Infoflash.*

*« Au-delà de la rapidité avec laquelle a été conçue cette*

*campagne intégrée, il faut noter que c'est un des lers sites à avoir été développé en Silverlight, ce qui a permis la diffusion de l'offre Microsoft Office 2007 Professionnel pour les Enseignants mais aussi l'appropriation de nos technologies web » indique Simon Mouyal, Directeur de la communication PME-PMI de Microsoft France.*

Bien vu le coup de Silverlight, soit dit en passant.

Difficile de reprocher quoi que ce soit à Infoflash qui s'exprime ici dans la culture et le vocabulaire issus de son secteur professionnel, mais suis-je le seul à tiquer lorsque la « cible » est l'Éducation nationale et les « clients » ses enseignants ?