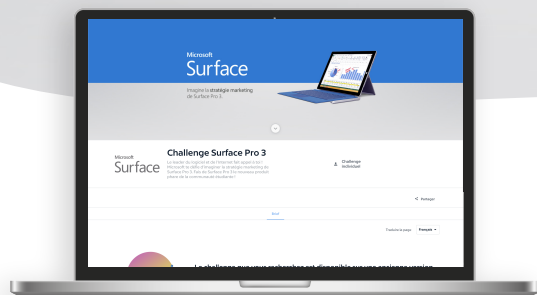


Microsoft Surface

Imagine la stratégie marketing de Surface Pro 3.



Pour la sortie de la **Surface Pro 3**, Microsoft et Agorize se sont associés pour trouver un **moyen innovant de vendre le produit aux étudiants** en les faisant participer à la **stratégie de marketing de la marque**.

Les étudiants français ont pu apporter un point de vue unique sur la façon dont la Surface Pro pourrait être utilisée dans leur domaine. Du **positionnement** à **l'analyse de la concurrence** en passant par la campagne de lancement, ils ont élaboré des stratégies marketing gagnantes !

L'objectif :
séduire la cible étudiante en la faisant participer à la stratégie marketing du produit, pour en faire l'évangéliste de marque de Microsoft.



5

Gagnants ont eu l'opportunité d'avoir un entretien RH avec le Campus Manager de Microsoft France pour intégrer l'équipe.

6

Équipes finalistes ont eu la chance de présenter leur projet aux Top Managers de Microsoft.

Résultats

628

Étudiants

249

Équipes

92

Écoles

Les 6 équipes finalistes du challenge ont eu la chance de présenter leur projet à un jury exceptionnel constitué d'**Anne-Sophie Pionnier** (Adobe Regional Market Manager) **Marion Freixe** (MDS Head of retail & Customer Market), **Amélie Lair** (Intel Strategic Accounts Western European Consumer) et **Cédric Chamayou** (Chef de produit Windows Grand Public) lors d'un après-midi exceptionnel. Tour à tour, ils ont pu expliquer leur concept et leurs idées pour remporter cette dernière étape.

Zoom sur le Top 3 des projets gagnants



1^{ère} place : «Magbed». École d'Art Maryse Eloy

Le moment où les jeunes quittent le nid est souvent une source d'inquiétude. Pour rendre cette étape plus douce les parents vont leur offrir un kit de survie, la Surface Pro 3. Ils pourront ainsi se déplacer facilement, travailler, se divertir, partager, se créer un nouveau réseau professionnel tout en restant en contact avec leurs amis et famille.



2^{ème} place : «DEICO» ICD Business School

L'idée est de séduire les lycéens qui vont accéder aux études supérieures via un concept : «Peu importe ce que vous deviendrez, la Surface Pro 3 sera là pour vous accompagner». Comment ? En leur assurant, ainsi qu'aux parents, que la Surface Pro 3 sera incontournable pour les aider dans leurs choix d'évolution, leurs envies et leurs succès



3^{ème} place : Créasoft. ESG Management School

Le projet s'articule autour de deux atouts majeurs de la Surface Pro 3 : créativité et fonctionnalité. Le premier est mis en évidence grâce à un jeu concours (dessiner la pochette d'album d'un artiste) lors du festival Solidays. Le second quant à lui repose sur la présence d'ambassadeurs au sein des plus grandes bibliothèques de France, afin de familiariser les étudiants avec la Surface Pro 3."



À propos d'Agorize

Agorize est le **leader des solutions d'Open Innovation**. Fondée à Paris en 2011, l'entreprise s'est développée mondialement, avec des bureaux à Singapour, Hong-Kong, au Japon, en Allemagne et au Canada. Agorize a propulsé plus de **2 000 opérations d'Open Innovation** pour plus de **300 clients**, comme Amazon Web Services, AXA, Clarins, Electrolux, Enterprise Singapore, The Hong Kong Jockey Club, Lego, LVMH Fashion Group, Melco Resorts & Entertainment.