



COMMUNIQUE DE PRESSE

NOUVELLE VERSION SELLIGENT INTERACTIVE MARKETING SIM 2.6

Gosselies, le 21 janvier 2010 – Selligent, éditeur spécialiste du marketing interactif et de la gestion de la relation client (CRM), annonce la sortie de la version 2.6 de sa plateforme Selligent Interactive marketing. Les nouvelles fonctionnalités introduites simplifient encore davantage la mise en œuvre d’usages avancés comme la gestion de concours, l’organisation de micro événements, les actions de parrainage, ou l’industrialisation de tests basés sur la comparaison des performances de conversion d’actions d’e marketing alternatives (AB testing). Elles viennent également renforcer les capacités d’automatisation des dialogues interactifs propres au concept de scénario d’interaction développé par Selligent. Ces nouveautés ont été conçues à partir des retours d’expérience venant de plus de 250 marques internationales et de leurs agences créatives.

Les initiatives et idées créatives ne manquent pas pour créer du trafic sur les sites web, augmenter la taille des bases de données e-mail, doper les retours sur investissements des campagnes e-marketing ou encore exploiter le potentiel des campagnes multi canal et les moments clés qui maillent le cycle de vie de chaque client. Mais comment faire pour industrialiser l’ensemble des processus qui découlent de la mise en œuvre de ces idées et réduire drastiquement les délais entre l’émergence d’une idée et sa mise en œuvre ? Comment s’assurer que toutes ces initiatives ne conduiront pas à la constitution de silos de données inexploitable, mais permettront de mieux connaître le comportement des consommateurs pour les cibler avec toujours plus de précision et finesse? Tels sont les défis quotidiens des directions marketing et de leurs agences.

Grâce à la mise en place de « scénarios d’interactions », Selligent Interactive Marketing apporte une réponse éprouvée au besoin de mettre en place les processus d’interaction adéquats avec chaque client ou prospect pour continuer le dialogue jusqu’au processus d’achat. Selligent permet ainsi de concevoir et d’automatiser des enchaînements d’actions et de réactions, tous canaux confondus

et en fonction du comportement des interlocuteurs, d'individualiser le contenu des messages personnalisés qui leur sont destinés.

L'outil de conception de scénarios d'interactions proposé par Selligent s'enrichit désormais de fonctions avancées complémentaires qui permettent de déployer très rapidement et efficacement des programmes ou campagnes marketing intégrant par exemple l'organisation de concours ou encore de processus de parrainage. Elles permettent également d'industrialiser et d'optimiser la pratique de méthodes dites d'« AB testing ». Les directions marketing peuvent ainsi concevoir plusieurs messages ou procédés alternatifs au sein d'un même scénario et sélectionner automatiquement celui qui, après l'envoi des premières vagues de tests, s'avère être le plus performant en termes de conversion ou retour sur investissement.

A propos de Selligent

Leader européen du marketing interactif et de la gestion de la relation client, Selligent édite depuis 1990 des solutions opérationnelles, collaboratives et analytiques qui soutiennent et dynamisent l'organisation, l'action et les dialogues interactifs des équipes en contact direct avec les clients, prospects et relations d'affaires.

Ces solutions permettent aux départements marketing, vente, service et conseil de développer des relations résolument interactives, performantes et durables avec l'ensemble de leurs interlocuteurs et écosystèmes.

Selligent propose une démarche unique qui allie agilité, pragmatisme et implication et garantit à ses clients un retour sur investissement rapide et significatif.

Pour plus d'information, consultez notre site web www.selligent.com/fr.