

Débuts prometteurs pour Aprimo Marketing Studio On-Demand: de plus en plus d'entreprises choisissent la solution pour atteindre leurs objectifs en matière de marketing interactif

Vingt nouveaux clients, dont quatre en France, ont choisi Aprimo Marketing Studio On-Demand au cours du dernier trimestre

PARIS, le 17 février 2010 – [Aprimo, Inc.](#), éditeur mondial de solutions logicielles dédiées au marketing à la demande, annonce avoir signé avec plus de 20 nouveaux clients, dont 4 en France et soit plus de 2000 utilisateurs, pour sa solution Aprimo Marketing Studio On-Demand, quelques semaines seulement après son lancement en début d'année. La demande des clients pour Aprimo Marketing Studio On-Demand ne cesse de croître, permettant aux marketeurs d'accroître la notoriété de leurs marques et la demande clients, sans alourdir leur volume de travail ou leur budget.

« Nous nous réjouissons du retour plus que positif que reçoit Aprimo Marketing Studio On-Demand », déclare Rob McLaughlin, cofondateur d'Aprimo. « Les marketeurs se tournent depuis plus de 12 ans vers Aprimo pour bénéficier des solutions qui leur permettent de capter et captiver leurs cibles et transformer leurs activités de marketing en résultats tangibles. Aprimo Marketing Studio On-Demand est la dernière évolution de notre solution. Elle offre la puissance et les fonctionnalités de notre technologie d'une manière qui change véritablement la donne pour les marketeurs. Nous nous attendons à ce que 2010 soit une année de référence pour Aprimo, de plus en plus d'entreprises se tournant vers Aprimo Marketing Studio pour répondre à tous leurs besoins en marketing ».

Réussite des clients

Aprimo a considérablement enrichi son portefeuille clients en Amérique du Nord, en Europe et en Asie-Pacifique par l'acquisition de nouveaux clients comme [Eastman Kodak](#) ou [Rapp France](#). De plus, l'entreprise a enregistré une importante croissance organique, des clients tels que [MedImmune](#) ayant élargi leur utilisation d'Aprimo afin de tirer davantage parti des bénéfices offerts par la technologie de marketing interactif online d'Aprimo Marketing Studio On-Demand.

« Nous devons établir une communication permanente avec nos clients afin d'optimiser leur fidélisation. Grâce à Aprimo Marketing Studio On-Demand, nous avons trouvé la solution que nous cherchions. Elle répond à tous nos besoins, et ceci en un seul système intégré. Nous nous réjouissons de toutes les possibilités offertes par la solution et nous envisageons déjà d'étendre notre utilisation au-delà de ce que nous avons initialement prévu. », déclare John

Wilson, directeur marketing chez [Informa Australie](#).

Essor des partenaires

L'année passée, Aprimo a coopéré avec plusieurs partenaires produits et distribution stratégiques en vue de promouvoir Aprimo Marketing Studio On-Demand et de favoriser l'adoption de cette technologie de marketing online. Les partenaires d'intégration d'Aprimo, dont [Acceleration](#), [CoreMatrix](#), [Datalicious](#) et [Numeric Analytics](#), travaillent en collaboration avec l'équipe d'Aprimo Marketing Studio On-Demand pour accompagner les clients dans le déploiement de leur solution et offrir conseils et services professionnels.

« Nous nous félicitons de notre collaboration avec Aprimo ainsi que de pouvoir proposer à nos clients cette suite d'outils », déclare Ted Stites, responsable des services de conseil chez [Numeric Analytics](#). « L'association d'Aprimo Marketing Studio On-Demand et de notre expertise en marketing et en analyse garantit une combinaison gagnante qui va assurer un meilleur retour sur investissement. Nous sommes fiers d'avoir converti nos données en une vision d'ensemble exploitable et en un marketing rentable. L'exploitation de solutions telles que la suite Aprimo Marketing Studio On-Demand va nous permettre de mettre en œuvre rapidement des programmes sophistiqués, comme peu d'entreprises savent le faire ».

[Omniture](#), partenaire produits d'Aprimo, fournit un outil d'analyse Web à la solution Aprimo Marketing Studio On-Demand.

« Nous sommes ravis qu'Aprimo, partenaire certifié d'[Omniture Genesis](#)TM, ait choisi de tirer parti de la puissance des fonctionnalités d'analyse et d'optimisation online d'Omniure pour Aprimo Marketing Studio On-Demand », conclut John Mellor, vice-président Business Development de la division [Omniure](#) chez [Adobe Systems Incorporated](#). « Cette collaboration permettra aux marketeurs de proposer à leurs clients un environnement plus personnalisé et répondant mieux à leurs besoins. Les marketeurs pourront également exploiter au mieux leurs propres sites Web pour attirer et capter les prospects et clients. Ceci, grâce à l'association des savoir-faire d'Omniure, lié à l'exploitation des renseignements relatifs aux visiteurs des sites, et d'Aprimo Marketing Studio On-Demand, qui contient les informations comportementales et démographiques. Cette coopération procure ainsi à nos clients un niveau de connaissance précieux et très facilement exploitable ».

Pour de plus amples informations, consultez le site www.aprimo.fr

A propos d'Aprimo

Alors que le marketing est en pleine révolution, Aprimo permet aux marketeurs de faire de ce bouleversement un véritable avantage compétitif grâce à Aprimo Marketing Studio. Ce logiciel de marketing intégré permet d'avoir une vision complète de tous les canaux et d'engager des dialogues continus avec les cibles ; et ceci que ce soit en B2C ou B2B.

Les marketeurs peuvent ainsi contrôler leurs budgets et leurs dépenses, éliminer les silos internes grâce à des workflows optimisés et mettre en place des campagnes multicanales innovantes pour engendrer un ROI mesurable.

Grâce au logiciel modulaire et on-demand d'Aprimo, les Marketeurs peuvent mettre en place

le bon message, l'envoyer à la bonne personne par le biais du bon canal, en effectuer le suivi, et transformer leurs activités en impact et ROI mesurables.

Des milliers de marketeurs font déjà confiance à Aprimo pour révolutionner leur marketing, notamment Adobe, Bank of America, BNP Paribas, Honda, King Pharmaceutical, Pearson Education, Rapp France, Time Warner ou Wal-Mart.