



Aprimo positionné parmi les Leaders du Marketing Resource Management dans le « Carré Magique » du classement annuel de Gartner, Inc.

Un positionnement basé sur la capacité de mise en œuvre et la vision globale de l'éditeur

Paris, le 1^{er} mars 2010 -[Aprimo® Inc.](http://www.aprimo.com), éditeur mondial de solutions logicielles à la demande dédiées au marketing, annonce que Gartner Inc. le positionne à nouveau parmi les « leaders » de son « Carré Magique » pour les solutions de Marketing Resource Management (MRM), publié le 19 février 2010 par Kimberly Collins, Managing Vice Président de Gartner.

« Nous sommes heureux d'être positionnés parmi les leaders du Carré Magique pour les solutions de Marketing Resource Management. Cela valide la plus-value que nous apportons aux responsables marketing de manière globale », déclare Bill Godfrey, PDG d'Aprimo. « Nous sommes honorés que tant de responsables marketing leaders accordent leur confiance à nos solutions intégrées pour simplifier leurs opérations marketing et développer leur productivité. »

Selon le rapport, les « leaders en matière de MRM ont démontré des performances exemplaires. Ils fournissent les moyens d'intégrer des fonctionnalités de MRM à large échelle dans l'entreprise, et par des implémentations globales qui permettent d'étendre le MRM à travers les organisations et en complément de la gestion des bases de données marketing. Les leaders ont su mettre en œuvre avec succès des propositions qui rencontraient l'adhésion de leurs clients ».

Aprimo fournit une gamme de solutions complète qui permet de gérer la complexité opérationnelle des canaux marketing dans les domaines B2C et B2B pour les responsables marketing. Aprimo fournit ses solutions sous forme de licence ou on demand.

Pour plus d'information : www.aprimo.com/MRMLLeader.

A propos du Carré Magique

Le « Carré Magique » (« Magic Quadrant » - copyright 2010 de Gartner, Inc.) peut être utilisé avec autorisation. Le Carré Magique est une représentation graphique des positions de marché en un temps et une période donnée. Il dépeint l'analyse faite par Gartner sur la manière dont évoluent un certain nombre d'acteurs du marché, selon des critères de mesure définis par Gartner. Pour aucun des acteurs cités, Gartner ne se positionne en prescripteur des produits et services décrits dans le « Carré Magique » et n'émet aucun conseil ou avis auprès des utilisateurs de ces technologies pour choisir l'un ou l'autre des acteurs cités. Gartner décline toute garantie, expresse ou implicite, quant à cette recherche, y compris toute garantie de qualité marchande ou d'adéquation à un usage particulier. Le Carré Magique se veut uniquement un outil de recherche et n'est pas censé être un guide spécifique de décision.

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 intégré de marketing 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.