



Communiqué de presse

Unica lance Unica 8 :

Avec sa nouvelle interface, ses tableaux de bord adaptés aux différentes fonctions marketing et son approche intégrée Unica 8 facilite la transition vers le marketing interactif.

Unica 8 sera l'un des principaux thèmes de la conférence mondiale des utilisateurs Unica, le [Marketing Innovation Summit \(MIS\)](#), qui se tiendra à Paris du 5 au 7 octobre 2009. Le MIS sera l'occasion d'aborder les dernières avancées en matière d'automatisation du marketing, d'analytique client, de marketing interactif et de marketing en ligne.

Paris, le 14 septembre 2009 - [Unica Corporation](#) (Nasdaq: UNCA), leader des solutions logicielles marketing présente Unica 8, la nouvelle version de sa solution logicielle de marketing d'entreprise. Unica 8 offre des fonctionnalités pour mettre en place un [marketing interactif](#) et réduire les dépenses logicielles du département marketing (Total Cost of Ownership - TCO). Pour Unica, le marketing interactif se traduit par la mise en place d'un dialogue cross-canal tenant compte du comportement passé et présent de chaque client et prospect.

Proposer un outil de pilotage efficace pour chaque utilisateur

Les principales nouveautés d'Unica 8 incluent une nouvelle interface utilisateur et des tableaux de bord adaptés aux rôles de chacun. La nouvelle interface augmente la productivité de chaque utilisateur grâce à une navigation plus fluide et ergonomique. Des tableaux de bord personnalisables aident ces derniers à prendre des décisions pertinentes et à travailler plus efficacement sur l'ensemble des canaux. Cette approche apporte ainsi aux professionnels une vision plus exhaustive de leurs actions et performances.

Unica 8 offre également de nouvelles fonctionnalités sur :

- **Le Web Analytics** : sélection graphique des visiteurs en ligne pour un ciblage et une diffusion des messages cross-canal permettant aux responsables d'identifier et d'intervenir sur davantage

d'opportunités ;

- **L'emailing** : plus grande efficacité de la gestion et de la diffusion des emails, avec des services de gestion de la délivrabilité via Unica OnDemand ;
- **La planification des campagnes** : intégration plus importante entre Unica Campaign et Unica Marketing Operations, facilitant la planification des campagnes de bout en bout et la collaboration des équipes pour l'exécution des campagnes, avec de meilleures prévisions et plus de résultats.
- **Le reporting** : des modèles de reporting poussés, permettant de comparer de manière détaillée, par canal et par offre, les prévisions et résultats obtenus dans des campagnes marketing.

*« En tant que société B2B exerçant ses activités sur un secteur concurrentiel, nous avons pour objectif de lancer des campagnes davantage personnalisées et d'accroître le nombre de contacts à forte valeur durant le cycle de vente, » a déclaré **Tom Taylor, vice-président ventes et marketing chez SAGE.** « Nous faisons confiance à Unica depuis de nombreuses années déjà, et nous pressentons que la nouvelle interface et les capacités d'intégration approfondie d'Unica 8 nous seront très utiles pour augmenter l'efficacité de nos programmes de marketing et engager nos clients dans des échanges personnalisés. »*

Au cœur de cette nouvelle version, Unica 8 propose une plateforme qui centralise les fonctionnalités clés communes à l'ensemble des modules de la gamme afin d'assurer une implémentation et une intégration simplifiées, mais aussi avec une configuration et des améliorations continues. Les services partagés réduisent ainsi les coûts d'administration et d'intégration et optimisent les délais de commercialisation.

*« Le marketing connaît actuellement une véritable révolution, et requiert que les nouvelles technologies contribuent à faciliter l'intégration du marketing et à en accroître l'efficacité, tout en réduisant les coûts et les interventions informatiques nécessaires au bon déroulement des campagnes marketing, » a déclaré **Elana Anderson, vice-présidente du marketing et de la stratégie produit.** « Avec Unica 8, les professionnels du marketing sont désormais en mesure de lancer des campagnes interactives et d'assurer la gestion du cycle de vie - de la conception à l'exécution, en passant par la création - de manière plus rapide et plus simple. »*

Cette nouvelle interface utilisateur et cette nouvelle gamme de produits font partie de la nouvelle marque d'Unica, **MARKETING SUCCESS STARTS WITH U™**. Représentant l'entrée d'Unica dans une nouvelle ère, cette marque s'appuie sur de nouveaux sites Internet (Corporate et locaux) orientés clients et sur des noms de produits et de solutions simplifiés et plus descriptifs.

A propos d'Unica

Unica Corporation (Nasdaq : UNCA) est le leader des solutions logicielles marketing. Avec les solutions de marketing d'entreprise (EMM pour Enterprise Marketing Management) ou de marketing On-demand d'Unica, les professionnels transforment leur passion pour le marketing en succès pour l'entreprise : relations client de qualité, résultats marketing pertinents et mesurables générant de meilleurs résultats commerciaux. Les solutions d'Unica intègrent et rationalisent tous les aspects du marketing online et offline. L'approche unique du marketing interactif d'Unica comprend : analyse client et Web Analytics, décisionnel centralisé, exécution des campagnes cross-canal et opérations

marketing intégrées. Plus de 1 000 entreprises à travers le monde font appel aux solutions marketing d'Unica.

Unica a installé son siège social à Waltham, Massachusetts, et possède des bureaux aux quatre coins du globe.

Pour plus d'informations : <http://www.unica.com/france/>

Copyright 2009 Unica Corporation. Unica, le logo Unica sont des marques déposées d'Unica Corporation. Tous les autres noms de produits, marques de services et marques commerciales figurant ici appartiennent à leurs détenteurs respectifs.