

Aprimo Marketing Summit 2010 : les règles du jeu ont changé

PARIS, le 22 février 2010 – [Aprimo](#)® Inc., éditeur mondial de solutions logicielles dédiées au marketing à la demande, a distingué trois entreprises utilisatrices d'Aprimo Marketing Studio pour l'innovation et le succès dont elles ont fait preuve, lors de l'[Aprimo Marketing Summit 2010](#) qui s'est tenu du 15 au 17 février 2010 à San Antonio, au Texas. Ce sommet récompense les entreprises ayant su tirer le meilleur parti des solutions marketing d'Aprimo, en B2C et B2B. Sa tenue attire de nombreux professionnels du marketing venus comprendre comment révolutionner leurs pratiques marketing.

Le plus grand rassemblement annuel de la communauté de clients Aprimo

L'Aprimo Marketing Summit rassemble des professionnels du marketing pour trois jours d'échanges, de débats et de développement de réseaux. Le programme du sommet est élaboré afin de permettre aux utilisateurs de solutions Aprimo de révolutionner leurs activités et campagnes marketing et d'ouvrir leur champ des possibles. Grâce à des ateliers interactifs et des sessions animées par des pairs, ce sommet annuel offre aux participants de multiples occasions de découvrir les applications possibles de la technologie Aprimo pour optimiser au mieux leur propre marketing.

Ce sommet est l'occasion pour les participants de partager leurs idées et de découvrir comment assurer une meilleure visibilité sur l'ensemble de la chaîne de valeur marketing, l'organisation de leurs opérations, les budgets marketing, les résultats et le retour sur investissement. Les réunions en petits groupes sont axées sur des études de cas et des présentations de stratégies marketing dont le succès a été reconnu ainsi que sur des ateliers techniques couvrant des domaines importants du marketing B2B et B2C.

Des intervenants de renom

Plus de 300 professionnels ont participé à l'édition 2010 du sommet au cours duquel des experts reconnus ont partagé leur vision du marketing de demain :

- [John Quelch](#), professeur à l'Université d'Harvard depuis 1979 et expert cité dans l'ouvrage *Conversations with Marketing Masters*, est intervenu sur les thèmes des stratégies, processus, acteurs et technologies marketing dynamiques, dans une période où le marketing se trouve à un point d'inflexion. Il a également abordé les mesures que les entreprises peuvent adopter pour changer les règles du marketing. John Quelch est mondialement reconnu pour ses recherches sur le marketing international, les stratégies de marque et la communication commerciale.

- [Laura Ramos](#), vice-présidente, analyste et experte en médias sociaux B2B du cabinet indépendant Forrester Research, a présenté les stratégies pour parvenir à une automatisation de la gestion des leads, en se concentrant sur l'utilisation de dialogues au contenu fort et personnalisé pour établir une relation de confiance avec les prospects.
- [Shar VanBoskirk](#), vice-présidente, analyste et experte en marketing interactif du cabinet indépendant Forrester Research, a fait part de quelques réflexions et bonnes pratiques sur le marketing interactif et les médias sociaux. Elle a mis également l'accent sur les budgets à investir par les entreprises dans le marketing interactif en 2010, sur les canaux les plus générateurs de retour sur investissement et sur les méthodes d'optimisation de la relation client pour les marketeurs grâce au marketing interactif.

Les APEX Awards

Les [Prix d'excellence Aprimo](#) (APEX) récompensent les entreprises utilisatrices d'Aprimo qui ont fait preuve d'innovation et rencontré un franc succès dans leur activité grâce aux solutions d'Aprimo.

Cette année, ils ont été décernés à :

- [Boehringer Ingelheim](#) – pour avoir géré de manière optimale la production de tous les supports promotionnels tout en réduisant de 30% ses coûts d'exécution
- [International Speedway Corporation](#) – pour avoir significativement renforcé le succès de ses campagnes promotionnelles et augmenté leur nombre de 50%
- [WellPoint](#) – pour avoir automatisé et harmonisé ses processus marketing, budgétaires et de planification, amélioré sa productivité opérationnelle et réduit le temps d'analyse.

Autres évènements phares du sommet

Outre la remise des APEX Awards et les interventions des personnalités, le sommet a proposé un programme complet d'occasions de networking, de réunions en petits groupes et d'ateliers optionnels, notamment :

- Une présentation approfondie des dernières évolutions d'Aprimo Marketing Studio
- des ateliers fonctionnels et techniques sur les défis actuels du marketing B2B et B2C
- plus de 25 réunions dirigées par des leaders du marché désireux de partager leurs stratégies marketing et les innovations qui ont engendré un impact économique et des résultats positifs dans leurs entreprises
- des ateliers visant à optimiser les compétences des marketeurs dans des domaines clés
- la présence des experts marketing et d'Aprimo afin de répondre aux questions les plus pointues des participants
- le pavillon produit d'Aprimo au sein duquel les partenaires commerciaux d'Aprimo ont présenté leurs dernières solutions complémentaires .

« L'Aprimo Marketing Summit réunit des clients d'Aprimo de tous horizons et d'entreprises leaders du marché du monde entier. Ils partagent leurs bonnes pratiques et idées innovantes en matière de marketing online et interactif. L'édition de cette année survient à une période où le marketing connaît une réelle renaissance. Les règles du jeu ont changé et les opportunités pour les marketeurs n'ont jamais été aussi florissantes », déclare Lisa Arthur, directrice marketing d'Aprimo.

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.