



---

## **Aprimo réalise une croissance importante en 2009 et dévoile ses solutions révolutionnaires et sa stratégie pour 2010**

**Le leader des logiciels de marketing intégré annonce une croissance de 29 % de son chiffre d'affaires récurrent et présente ses solutions innovantes pour les marketeurs B2C et B2B**

**PARIS, le 25 février 2010 – [Aprimo](#)® Inc., éditeur mondial de solutions logicielles à la demande dédiées au marketing, annonce une croissance remarquable en 2009 : son chiffre d'affaires a atteint 68 millions de dollars, soit une augmentation de 29 % de son chiffre d'affaires récurrent et de 15 % de son chiffre d'affaires total. Aprimo lève également le voile sur sa stratégie en 2010 visant à unifier sa méthode de commercialisation: les marketeurs peuvent d'autant plus facilement évaluer, choisir et recourir à la solution marketing Aprimo qui correspond le mieux à leurs défis et à leurs besoins croissants. Cette stratégie unifiée englobe tous les produits et services d'Aprimo, déclinés en deux offres distinctes : Aprimo Marketing Studio B2C et Aprimo Marketing Studio B2B.**

*« 2009 marque un autre jalon dans les 12 années d'expérience et de succès d'Aprimo sur le marché des technologies marketing », déclare [Bill Godfrey](#), PDG d'Aprimo. « Aprimo a célébré sa croissance exceptionnelle qu'elle doit à ses solutions technologiques de pointe et à l'augmentation de son portefeuille de clients et partenaires. Ce sont aujourd'hui plus de 150 000 marketeurs, dans plus de 40 pays du monde entier, qui utilisent nos solutions. Alors que nous marquons le coup d'envoi de 2010 par ce nouveau positionnement, nous renforçons encore davantage notre statut de leader visionnaire vers lequel les marketeurs devraient se tourner pour répondre aux défis qu'ils rencontrent dans un environnement marketing sans cesse en évolution ».*

### ***Innovation produit***

Cette nouvelle stratégie d'Aprimo résulte de la demande des consommateurs et du marché. Aprimo Marketing Studio B2C et Aprimo Marketing Studio B2B proposent des solutions marketing modulaires qui gèrent les activités marketing online et offline, assurent le suivi budgétaire et la gestion des dépenses, et simplifient les processus pour optimiser la phase de mise sur le marché et accroître les bénéfices. Les marketeurs B2C et B2B bénéficient d'une plate-forme marketing complète qui optimise leur retour sur investissement marketing. En outre, ils peuvent capter leur cible, entretenir la relation grâce à un dialogue pertinent et personnalisé, convertir le prospect en client et fidéliser chaque relation client.

**Les solutions Aprimo Marketing Studio B2C** répondent aux besoins spécifiques des marketeurs B2C. Les consommateurs contrôlent en effet de plus en plus les informations sur les marques et la communication relative aux produits grâce aux réseaux sociaux. Ils diffusent et

partagent leurs propres messages, opinions, analyses et expériences sur les produits et services d'une marque. Pour répondre à cette évolution, Aprimo fournit aux marketeurs B2C des solutions dans les domaines suivants :

- [Gestion de marque](#)
- [Gestion de campagne](#)
- [Email marketing](#)
- [Gestion des leads](#)
- [Gestion d'évènement](#)
- [Gestion de la planification](#)
- [Gestion des workflows et des projets](#)
- [Gestion des budgets](#)
- [Marketing communautaire et réseaux sociaux](#)
- [Analyse des performances](#)

**Les solutions Aprimo Marketing Studio B2B** répondent à l'influence grandissante des consommateurs et à leur accès croissant à différentes sources d'information sur les produits et services qu'ils utilisent et achètent pour leur entreprise. Aprimo dote les marketeurs B2B de solutions logicielles modulaires et simples d'utilisation pour leur garantir la possibilité de trouver des opportunités sur de nouveaux marchés, établir un véritable dialogue avec le client et appliquer à leur métier des indicateurs éprouvés. Aprimo propose à cet égard les solutions B2B suivantes:

- [Gestion de marque](#)
- [Gestion de campagne](#)
- [Email Marketing](#)
- [Gestion d'évènement](#)
- [Gestion des leads](#)
- [Gestion des performances](#)
- [Gestion des workflows et des projets](#)
- [Marketing communautaire](#) et réseaux sociaux
- [Gestion des budgets](#)

Aprimo Marketing Studio permet aux marketeurs de convertir cette évolution du marketing en avantage concurrentiel : les marketeurs bénéficient d'une vue globale sur l'ensemble des canaux et peuvent créer un dialogue inclusif sur tous les points de communication marketing. Aprimo Marketing Studio offre des solutions uniques qui répondent aux défis les plus complexes que peut rencontrer un marketeur. Elle permet aux marketeurs B2C et B2B d'optimiser leur retour sur investissement, d'enrichir leur base de clientèle à moindre coût et avec un minimum de ressources, et de simplifier les processus afin de gagner en rapidité, efficacité et rentabilité.

### **Réussite des clients et essor des partenaires**

En 2009, Aprimo a enrichi son portefeuille de clients de plus de 25 % en Europe, Amérique du Nord, et Asie-Pacifique. Elle doit cette croissance à la signature de contrats avec des entreprises importantes telles que BNP Paribas, Bouygues Telecom, BGI Trade, [Eastman Kodak](#), [Lexis Nexis](#), Rapp France et [Standard Life](#). Elle a également développé sa base de clients existante. [MedImmune](#) en est un exemple: l'entreprise a implémenté d'autres fonctionnalités de la solution afin d'exploiter les avantages de la technologie de marketing online d'Aprimo. En 2009 également, Aprimo a annoncé son partenariat avec [Omniure](#), et avec plusieurs nouveaux partenaires comme avec [CoreMatrix](#) et [Numeric Analytics](#) aux États-Unis, [Acceleration](#)

Grande-Bretagne et [Datalicious](#) en Asie-Pacifique, pour déployer ses solutions.

## Éloges des professionnels du secteur

Aprimo ne cesse d'être reconnu sur son marché pour sa capacité d'innovation et son excellence technologique dans le domaine des solutions marketing. L'éditeur a reçu les distinctions suivantes de la part des professionnels du secteur :

- [SiriusDecisions](#) a crédité Aprimo d'un 4,1 (sur une échelle allant jusqu'à 5,0) pour la catégorie « Technologie » pour récompenser ses caractéristiques et fonctionnalités, et d'un 4,0 dans la catégorie « Services » dans son *Marketing Automation Platform Vendor Profile*. Le profil indique : « Si votre service marketing doit intégrer de multiples sources de données marketing et promouvoir des processus de marketing uniformes et des outils de reporting sur le terrain, alors vous devriez prendre les solutions d'Aprimo en considération ».
- Aprimo Marketing Studio 8.0 a été qualifiée de « Strong Performer » par [Forrester Research, Inc.](#), dans son rapport « The Forrester Wave: Cross-Channel Campaign Management, Q4 2009 » de décembre 2009. Selon le rapport, « Aprimo a ajouté d'importantes [installations] de grand volume à sa base client. Sa version 8 est très appréciée de ses clients, en raison de sa plate-forme de marketing unifiée, de son accès à des [bases de données externes] et à ses capacités de dialogue marketing. Les marketeurs qualifient les solutions d'Aprimo de « simples d'utilisation » et choisissent les termes « engagée » et « accueillante » pour définir son équipe de direction ».
- Aprimo a été décrit comme « l'éditeur le mieux placé pour accroître sa part de marché B2B » parmi les quatre principaux fournisseurs de solutions d'automatisation du marketing et des ventes étudiés par le cabinet indépendant Forrester Research Inc., dans son rapport « *B2B: Lead Management Automation Market Overview* », septembre 2009.
- Pour la huitième année consécutive, Aprimo a été positionné par [Gartner, Inc.](#) parmi les visionnaires dans son « carré magique pour l'Enterprise Marketing Management » (gestion du marketing d'entreprise) publié en juillet 2009.
- Aprimo a été positionné par [Gartner, Inc.](#) parmi les leaders dans son carré magique pour le Marketing Resource Management (gestion des ressources marketing) publié en février 2009.

## Équipe de direction

Aprimo a nommé en 2009 [Umesh Singh](#) au poste de directeur financier et [Lisa Arthur](#) au poste de directrice marketing. Tous deux professionnels chevronnés de la Silicon Valley, ils renforcent Aprimo avec leur expérience de plus de 25 ans dans le domaine technologique. M. Singh a occupé le poste de vice-président directeur des finances chez [Ariba](#) (Nasdaq : ARBA). Il y a joué un rôle clé dans la croissance du chiffre d'affaires de l'entreprise qui est passé de 174 à 350 millions de dollars. Avant de rejoindre Aprimo, Mme Arthur a elle aussi obtenu des résultats probants en termes de marketing en tant que vice-présidente Marketing CRM mondial chez [Oracle](#) (Nasdaq : ORCL) et directrice marketing chez [Akamai](#) (Nasdaq : AKAM). Elle y a renforcé la marque et contribué à développer Akamai, dont le chiffre d'affaires annuel est passé

de 160 millions en 2004 à plus de 300 millions de dollars à son départ en 2006.

*« Maintenant et plus que jamais, les marketeurs attendent des solutions qui leur permettent d'abolir les silos et de gérer leurs activités marketing à travers tous les canaux online et offline. En outre, ils exigent une différenciation entre les besoins propres aux marketeurs B2B et ceux des marketeurs B2C », déclare Jonathan Block, vice-président et directeur des services chez [SiriusDecisions](#). « Aprimo a fait le premier pas pour répondre aux attentes des marketeurs B2B et B2C, contribuant ainsi à faire bénéficier le secteur du marketing dans son ensemble d'une stratégie réellement intégrée qui assure un retour sur investissement mesurable ».*

## **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.