

Communiqué de presse :

SAS et MailPerformance s'unissent pour proposer
une solution e-marketing complète et intégrée



Accélérateur de performances e-marketing

La seule solution certifiée qualité ISO 9001 en Europe.

Contacts Presse

presse@mailperformance.com

Stéphane Zittoun - PDG MailPerformance

sz@mailperformance.com

Sandra Jezo - Responsable Marketing

sj@mailperformance.com

Tél. : +33 (0)5 57 92 41 21

NP6 SAS, certifiée Qualité ISO 9001 depuis 2001

SAS et MailPerformance s'unissent pour proposer une solution e-marketing complète et intégrée

Grâce à ce partenariat, les annonceurs peuvent dès à présent coupler la puissance et l'expertise délivrabilité de MailPerformance à la gestion opérationnelle des programmes relationnels multicanal de SAS® Customer Intelligence.

Paris, le 18 février 2009 - SAS, leader de l'informatique décisionnelle et des applications analytiques, et MailPerformance, plateforme complète de routage e-mails et SMS en mode SaaS, annoncent la signature d'un partenariat afin de proposer à leurs clients une offre inégalée pour gérer de bout en bout leurs campagnes marketing.



Concrètement ce partenariat offre un ensemble de fonctionnalités avancées et complémentaires :

- pour la partie routage des e-mails (monitoring, puissance de routage, relations FAI, gestion des blacklists et NPAIs...),
- pour la partie programmes relationnels (analyse de l'expérience client, campagnes marketing multicanal, maximisation du retour sur investissement des opérations ...).

Acteurs incontournables dans leurs domaines respectifs, ils livrent ainsi un ensemble complet et cohérent de produits et de services dédiés au e-marketing tout en conciliant les enjeux d'industrialisation des programmes relationnels et un fort niveau d'exigence du client final.

L'association de ces deux acteurs va permettre aux directions marketing et fonctionnelles de concevoir des stratégies gagnantes reposant sur l'analyse approfondie des comportements clients, leur interprétation, pour la mettre au service de programmes relationnels personnalisés et pilotés finement quels que soient les canaux d'interaction avec le client. Retenir les meilleurs clients, proposer des ventes additionnelles, augmenter la fréquence et la qualité de dialogue, sont des illustrations d'objectifs que les annonceurs réussiront à atteindre. Ils peuvent de cette manière construire un dialogue sur mesure tout en tenant compte de la pression commerciale fixée pour chaque population.

« Ce partenariat naturel entre deux leaders reconnus couronne une collaboration déjà concrétisée par des projets comme la CASDEN (groupe Banque Populaire) qui a retenu notre offre conjointe pour la valeur ajoutée qu'elle apporte. » souligne Jérôme Laplace, Directeur associé de MailPerformance. *« Les solutions SAS fournissent une analyse très précise des données client, mises à profit dans des campagnes d'e-mail marketing ciblées et routées de manière très qualitative. Le succès de telles opérations est quasi-immédiat et systématique. »*

La solution MailPerformance apporte une plus-value réelle aux clients communs des deux partenaires et une vraie complémentarité avec la suite SAS Customer Intelligence, composée d'un ensemble de solutions dédiées au métier du marketing avec notamment la connaissance client, la

gestion de programmes relationnels multicanaux, leur optimisation, et le pilotage des interactions client en temps réel.

Les deux entreprises proposent aux annonceurs différentes configurations et niveaux d'intégration de leurs solutions tout en leur garantissant un routage de qualité assuré par MailPerformance. Cette dernière, qui affiche un des meilleurs taux de délivrabilité du marché, a vu ses bonnes pratiques en matière de délivrabilité et de lutte anti-spam une nouvelle fois reconnues, en devenant récemment partenaire officiel du programme d'accréditation des e-mails Sender Score Certified de Return Path.

A propos de MailPerformance <http://www.mailperformance.fr>

MailPerformance est une solution en mode SaaS, complète, puissante et conviviale dédiée à la gestion de campagnes e-mails et SMS. C'est aussi la seule plateforme de routage dont l'organisation est certifiée qualité ISO 9001 en Europe. Avec plus de 10 milliards d'e-mails envoyés en 2008 et un des meilleurs taux de délivrabilité du marché, MailPerformance se positionne parmi les solutions européennes les plus puissantes. Implantée en France et au Royaume-Uni, elle gère les campagnes d'e-mail marketing de plus de 300 clients.

Parmi ses références, Microsoft, Natixis, CDiscount.com, E.Leclerc, Groupe TF1, Total France, Groupe Lucien Barrière, Canal+, Reader's Digest, Macif, Easyvoyage, Mediatris, Bouygues Telecom, Sealed Air, Lloyds, Brice, AG2R, Fashionshopping.com, RG512,...

À propos de SAS www.sas.com/france

Créée en 1976, SAS est le premier éditeur mondial d'informatique décisionnelle, avec un chiffre d'affaires de 2,26 milliards de dollars en 2008. Le portefeuille de solutions applicatives de SAS donne aux entreprises les moyens de piloter chacun de leur métier, en tenant compte des spécificités de leur secteur respectif, grâce à des solutions dédiées. SAS est le seul éditeur à proposer une plate-forme décisionnelle d'entreprise ouverte et intégrée, disposant d'une puissance analytique inégalée, couvrant toutes les fonctionnalités du décisionnel : intégration et qualité des données, stockage, analyse et optimisation, reporting.

Implanté dans 51 pays, SAS dispose de plus de 400 bureaux dans le monde et compte 11 000 collaborateurs. Les solutions SAS équipent plus de 45 000 sites clients dans 113 pays.

La filiale française, créée en 1983, emploie 300 collaborateurs. Ses solutions sont implantées sur près de 2 500 sites clients. Elle a réalisé un chiffre d'affaires de 77,28 millions d'euros en 2008. En plus de son siège social de Grégy-sur-Yerres et de son centre de formation de Vincennes, SAS a quatre implantations régionales : Lyon, Nantes, Aix-en-Provence et Toulouse.