

« Les matinées du ciblage On Line » d'Acxiom : 3 rendez-vous en janvier 2008

Paris, le 4 janvier 2008 – **Dans le cadre du renforcement de sa stratégie pour accompagner ses clients dans le développement de leurs actions marketing On Line, Acxiom, expert en connaissance client et ciblage marketing, organise un cycle de petits déjeuners, intitulé « Les matinées du ciblage On Line ». L'objectif : apporter des réponses concrètes et opérationnelles aux entreprises qui souhaitent optimiser leurs actions de conquête et de fidélisation On Line.**

Le ciblage comportemental sur Internet est l'une des clés essentielles des stratégies marketing actuelles. Fort de son expérience sur la connaissance clients acquise sur le Off Line, Acxiom propose aujourd'hui une expertise unique dédiée aux campagnes de conquête et de fidélisation sur Internet.

Ces rendez-vous réguliers réunissent notamment les professionnels du marketing, du CRM et de la communication. **Organisés à Paris au Fouquet's Barrière, « Les matinées du ciblage On Line » de janvier s'articulent autour de trois thématiques :**

Jeudi 17 janvier : quelle stratégie multi-canal ?

Acxiom apporte des réponses concrètes pour accélérer le développement multi-canal des entreprises et les aider à atteindre leurs objectifs sur Internet. Ainsi, Acxiom est en mesure de déterminer l'appétence des clients vis-à-vis d'Internet et d'adapter le dispositif multi-canal selon leurs profils.

Mardi 22 janvier : qualifier sa base de données Off et On Line

Le succès des campagnes marketing repose sur des informations pertinentes concernant les modes de consommation des foyers français. Acxiom accompagne donc les entreprises qui souhaitent améliorer leur connaissance client et/ou recruter de nouveaux clients Off et On Line en leur permettant d'insérer des questions dans sa Grande Enquête Spécial Consommation. Profitant de l'expertise et des moyens logistiques d'Acxiom, les entreprises collectent ainsi intelligemment et à moindre coût les données dont elles ont besoin pour optimiser leurs actions marketing.

Jeudi 31 janvier : segmenter sa base On Line

Grâce à son expertise relative à la connaissance client, Acxiom peut analyser les cyber-comportements (mesure de la réactivité des cyber-acheteurs, identification des « cyber-flâneurs »...). Pour ce faire, Acxiom s'appuie sur sa solution Personix®, la première segmentation descriptive et explicative du comportement de consommation de chaque

foyer français. Objectif : optimiser les campagnes on line en s'assurant de toucher le cœur de cible.

Pour plus d'informations sur le contenu développé lors de ces conférences, merci de prendre contact avec l'Agence Wellcom au 01 46 34 60 60.

A propos d'Acxiom :

Acxiom France (100 collaborateurs), filiale d'Acxiom® Corporation (NASDAQ : ACXM), conçoit et met en œuvre des solutions opérationnelles pour optimiser les campagnes marketing On Line et Off Line de ses clients quel que soit leur secteur d'activité.

Grâce à son expertise sur le ciblage comportemental des consommateurs, Acxiom place la connaissance client au cœur des stratégies et réconcilie ainsi marketing stratégique et marketing opérationnel.

De la collecte des données à leur exploitation, Acxiom rend l'information intelligente et accompagne les entreprises dans cette démarche grâce à une gamme de solutions complètes et pointues telles que :

- La Base de Prospection On Line, base dédiée, qualifiée et segmentée de 7 millions d'adresses e-mails qui permet aux entreprises d'entreprendre une prospection multi-canal optimisée en intégrant également adresses postales et numéros de téléphone,
- La mégabase Off Line de 6 millions de foyers français qualifiés sur plus de 600 critères,
- Personicx®, la première segmentation descriptive et explicative du comportement de consommation des foyers français etc.

Plus d'informations : www.acxiom.fr

Relations presse :

Agence Wellcom :

Ingrid Zémor et Anne Lacuisse

Tél : 01 46 34 60 60

Email : iz@wellcom.fr / al@wellcom.fr