



Communiqué de presse

**Makazi annonce le lancement de makazi LIFECYCLE,
nouvelle version de sa plateforme DMP (« Data Management Platform »)**



Paris, le 22 janvier 2014 - **makazi group**, expert en technologies et services de data marketing, annonce aujourd'hui la nouvelle version de sa DMP (Data Management Platform), plateforme de gestion de données marketing – **makazi LIFECYCLE**.

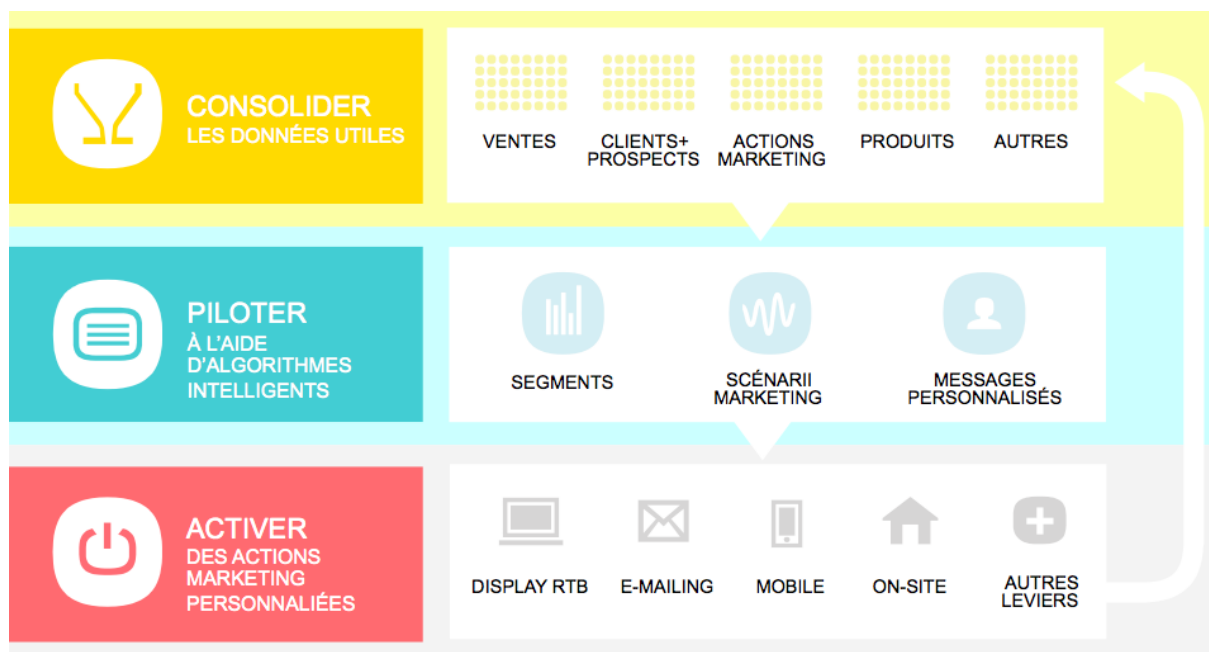
La plateforme DMP de nouvelle génération, **makazi LIFECYCLE**, est un outil Big Data qui permet aux annonceurs de mieux cibler leurs actions de communication média pour délivrer un message pertinent à chaque client ou prospect et améliorer le retour sur investissement des campagnes de communication.

Cette nouvelle solution technologique s'adresse à tous les annonceurs et leur apporte de façon simple et efficace les bénéfices suivants :

- consolider et centraliser l'ensemble des données digitales disponibles au sein de l'entreprise dans une Base de Données sécurisée,
- personnaliser le contenu des communications en fonction du profil et du comportement des internautes,
- piloter de façon automatisée, grâce aux algorithmes mathématiques intégrés, l'ensemble des canaux de communication clients,
- optimiser et rendre cohérentes les actions de conquêtes de nouveaux clients et les actions de fidélisation des clients existants,
- permettre à l'annonceur de se réappropriier le contrôle des données marketing qui lui appartiennent ou qu'il a collectées sur ses différents canaux de contacts clients

Stephane Darracq, Président Directeur Général et co-fondateur de makazi group commente :
*« Notre nouvel outil DMP (« Data Management Platform ») **makazi LIFECYCLE** est en rupture avec les solutions de marché existantes car il permet à nos clients annonceurs de se réappropriier les données collectées et de les exploiter de façon intelligente. Les thématiques de la propriété des données marketing et de la transparence dans leur utilisation sont au cœur de notre positionnement stratégique d'acteur leader sur le marché européen du « data marketing automation » (automatisation des actions de marketing et de communication). L'enjeu stratégique est de taille pour nos clients puisqu'il s'agit de les accompagner dans la création et la valorisation dans la durée de leur capital data ».*

UNE ARCHITECTURE TOURNEE VERS L'EFFICACITE



La plateforme DMP LIFECYCLE de **makazi** présente l'architecture Big Data suivante :

- En amont, un réceptacle permettant la centralisation et l'organisation des données de navigation auquel s'ajoutent toutes les données digitales à la disposition de l'annonceur : données transactionnelles, données de navigation, données issues des réseaux sociaux, données produits, données digitalisées issues de points de contacts physiques comme boutiques ou call center, mais aussi les données CRM rendues anonymes.
- Au centre, une couche d'outils algorithmiques permettant l'automatisation intelligente des actions marketing utilisant les données disponibles dans la Base de Données amont. Ces outils de pilotage reposent sur des moteurs de règles ou algorithmes mathématiques et permettent de déclencher des scénarii marketing personnalisés et automatisés pour chaque type de consommateur. En complément de la partie « intelligence » pure, la solution LIFECYCLE de **makazi** intègre de façon native un outil de création dynamique de messages personnalisés (bannières média, email ou personnalisation de site) : cet outil permet de créer en temps réel les messages dont le contenu est personnalisé en fonction des données disponibles sur le client final et dont la diffusion est assurée sur les différents canaux de communication en fonction des préférences ou de l'appétence du client final.
- En aval, des connecteurs vers l'ensemble des canaux de communication utilisés par l'annonceur permettant une véritable orchestration multi-canal des campagnes de



communication. En particulier, la plateforme **makazi** LIFECYCLE permet de donner de la cohérence entre les actions de communication visant la conquête de nouveaux clients et celle de fidélisation des clients existants. Elle permet aussi de gérer et d'optimiser la pression commerciale pour chaque individu.

En synthèse, la DMP **makazi** LIFECYCLE est dotée d'une interface logicielle intuitive d'activation, de pilotage et de suivi des actions marketing, véritable tableau de bord à disposition du Directeur Marketing lui permettant de visualiser en temps réel les performances optimisées de ses campagnes de communication.

UNE OFFRE COMMERCIALE SIMPLE

L'offre commerciale **makazi** LIFECYCLE reste à la fois simple et rapide dans sa mise en oeuvre:

- ✓ La solution est ouverte : elle permet de se connecter à tous les prestataires existants du marché que ce soit en amont (principales solutions CRM du marché dont celle de **makazi**) ou en aval (connectivité immédiate avec tous les principaux routeurs email ou outils RTB du marché par exemple). La solution **makazi** LIFECYCLE s'intègre donc dans l'écosystème existant de l'annonceur.
- ✓ Le fort degré d'industrialisation de l'outil permet aux équipes de **makazi** d'assurer l'intégration rapide de l'outil et la formation du client dans un délai inférieur à 6 semaines.
- ✓ Le business model propre à l'offre **makazi** LIFECYCLE est tourné vers l'efficacité et typique du modèle SaaS : pour une version standard sans coût d'installation, l'investissement pour l'annonceur se résume à une licence fixe mensuelle - quel que soit le volume de contacts hébergés dans la DMP -, à laquelle s'ajoute une licence variable en fonction du volume de données traitées en sortie de la plateforme (canal media RTB, canal email, call center, personnalisation sur site internet, etc).

AU SEIN D'UNE OFFRE COMPLETE DE « DATA MARKETING AUTOMATION »

L'architecture modulaire de l'outil **makazi** LIFECYCLE permet une intégration simple et sans friction avec les principaux outils CRM et RTB du marché, et notamment avec les deux autres solutions « data marketing automation » du groupe **makazi** :

makazi commercialise également une solution CRM complète (**makazi** LOYALTY) qui s'intègre nativement avec la DMP **makazi** LIFECYCLE, ainsi qu'une offre de gestion des achats média en temps réel sur les adExchanges (**makazi** RTB). Cette complémentarité des offres répond aux attentes des clients annonceurs historiques de **makazi** group qui sont demandeurs de solutions à la fois modulaires et transverses. Le positionnement stratégique du groupe **makazi** comme spécialiste des outils et solutions d'automatisation du data marketing en fait un acteur leader en Europe et incontournable sur ce marché promis à une forte croissance selon les analystes de Gartner et Forrester.



A propos de makazi group

Expert en technologies et services de data marketing, **makazi group** permet aux annonceurs de consolider leurs données d'audience et d'y ajouter de l'intelligence pour déployer des actions marketing personnalisées et valoriser ainsi leur capital data. En fournissant les technologies d'intelligence rendant les données d'audience actionnables sur tous les leviers marketing, **makazi group** ouvre aux annonceurs les portes d'un nouveau marketing digital performant parce que pertinent, créateur de valeur durable et respectueux du consommateur.

Fondé en 2008 et coté à Paris sur le marché NYSE Alternext, **makazi group** est présent en France, au Brésil, au Canada et en Australie. Opérant pour les plus grands annonceurs qui mettent la data au cœur de leur stratégie marketing, le groupe a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 25,6 millions d'euros en 2012, en croissance de +34% par rapport à 2011.

Le 19 septembre, LeadMedia Group a changé de nom et est devenu makazi group.

Pour plus d'informations : rendez-vous sur <http://www.makazi.com>

makazi group
Stéphane Darracq
CEO
sd@makazi.com

Rumeur Publique
Romain Mabil / Benjamin Sasu
Tél. : 01.55.74.52.27 – 01.55.74.52.37
romain@rumeurpublique.fr –
benjamin@rumeurpublique.fr