



Marketing : Akeneo met le PIM au coeur des priorités du marché en lançant Akeneo 2.0



Made.com, Carrefour, Eram, Universal, Samsung, ... Quelle mouche a piqué les marques et distributeurs pour qu'ils se dotent tous d'un logiciel de gestion des informations produits (PIM) ? Écartée depuis longtemps des tendances, l'information produit revient sur le devant de la scène et s'annonce comme enjeu majeur du marché. A l'occasion de la sortie de Akeneo PIM 2.0, décryptage d'une tendance à suivre de près.

Paris, le 28 septembre 2017 – De la marketplace d'Amazon aux assistants vocaux, en passant par les réseaux sociaux et le social shopping, comment s'assurer de rester visibles et audibles sur tous les canaux ? C'est incontestablement le nouveau défi auquel sont confrontés marketeurs, responsables e-commerce et autres acheteurs devant la prolifération des canaux de vente et l'imminence du « *Vocal First* ». Google indiquait lui-même, la semaine dernière, que 20% des recherches sur Android et sur son appli mobile étaient faites sous la forme de requêtes utilisant la voix.

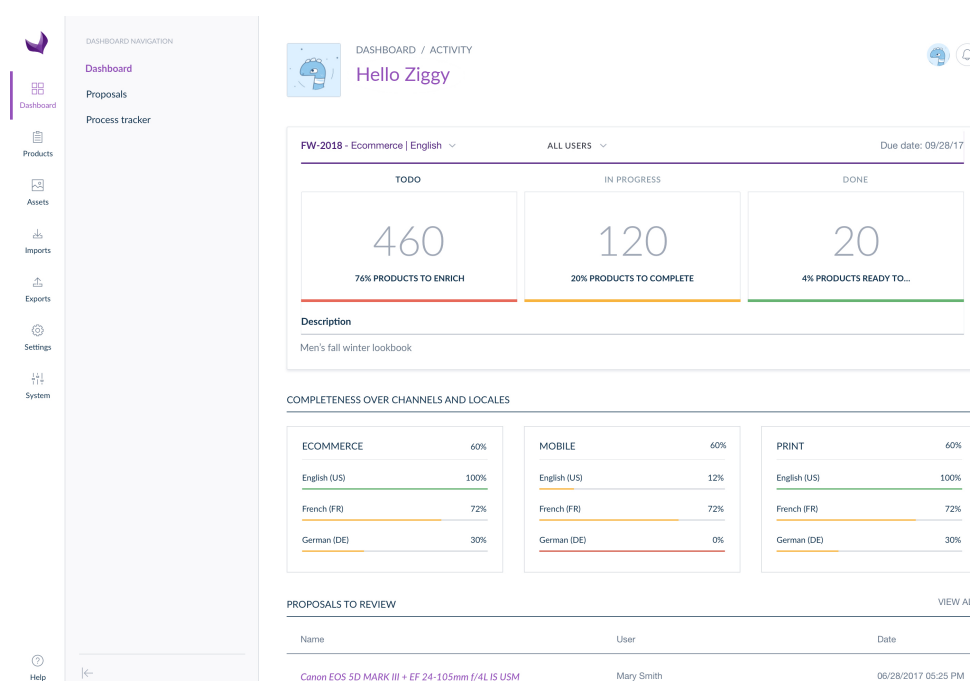
« A une époque où les canaux de distribution se multiplient de façon exponentielle, l'unification des informations produits est une priorité pour les marques. Elles doivent, plus

que jamais, s'assurer de délivrer une information produit de qualité, propre et structurée, pour être certaines d'être lisibles quelque soit le canal », indique **Frédéric de Gombert**, CEO et co-Fondateur d'Akeneo.

Dans ce nouveau paradigme, comment distinguer sa marque ou simplement s'assurer une visibilité homogène quelque soit le canal de vente ?

Pour Akeneo - startup de l'année 2017 selon EY - la réponse tient en un acronyme : le PIM pour Product Information Management.

Akeneo PIM 2.0, une réponse aux nouveaux enjeux des professionnels du marketing



En réponse à ces enjeux inédits, le leader du PIM Open Source lance **Akeneo PIM 2.0** : une nouvelle version intégralement redessinée de son logiciel permettant aux marques de centraliser et harmoniser leurs informations produits et de les relayer de façon cohérente sur tous les canaux.

« Les marques perdent un temps considérable en essayant d'accorder leurs applications entre elles. Grâce à Akeneo PIM 2.0, une plateforme 100% cloud pensée pour les enjeux métiers du marketing, nous voulons leur donner les moyens de gagner en rapidité et en agilité. En un mot, nous souhaitons forger une plateforme accessible à tous », poursuit **Frédéric de Gombert**.

Aujourd'hui, avec sa version Entreprise, Akeneo accompagne plus de 150 entreprises à travers le monde parmi lesquelles Carrefour, Nuxe, Samsung ou Eram. **Renaud Montin**, Directeur marketing et digital d'**Eram** : « *Disponibilité, rapidité d'intégration et caractère open-source : voilà les trois facteurs clés de succès d'Akeneo qui nous ont permis de bénéficier d'un time-to-market sans équivalent* ».

À propos d'Akeneo :

Akeneo, Start-up de l'Année 2017 selon EY, améliore le quotidien de plus de 40 000 commerçants on et offline en les aidant à prendre soin de leurs informations produits. La solution Akeneo PIM - Product Information Management - a permis à des entreprises telles que Made.com, Carrefour, Samsung, Kusmi Tea ou encore Universal d'améliorer leur conversion, de gagner en productivité et d'offrir une expérience utilisateur remarquable à leurs clients. Construit sur un modèle open-source, Akeneo PIM est disponible en version communautaire - accessible à tous -, ainsi qu'en version Entreprise. Akeneo est basé à Nantes, Boston, Dusseldorf et bientôt à Londres! Venez découvrir nos solutions : www.akeneo.com

Contacts presse :

Cédric Landu
Cedric.lan@rumeurpublique.fr
01 55 74 52 31

Claire Adam
Akeneo
claire.adam@akeneo.com
06 15 38 76 20