
MicroStrategy simplifie le packaging de ses produits afin d'améliorer l'expérience globale de ses clients

Quatre produits en lieu et place des 21 modules précédents et une offre de mise à niveau gratuite vers les fonctionnalités Premium pour les clients existants

MicroStrategy® Incorporated (Nasdaq : MSTR), leader mondial de plateformes logicielles d'entreprise, a annoncé lors de sa conférence annuelle mondiale à Barcelone, une nouvelle structure de sa gamme de produits visant à optimiser l'expérience client et partenaire de bout en bout, facilitant plus que jamais l'acquisition, le déploiement et le succès des projets avec MicroStrategy. MicroStrategy a également annoncé, pour les clients existants, la mise à niveau gratuite vers les fonctionnalités Premium incluses dans le nouveau « packaging » des produits, offrant une plus grande valeur ajoutée aux clients.

Ces modifications permettront aux clients MicroStrategy existants et à venir, d'avoir plus facilement accès aux capacités exceptionnelles des plateformes analytiques et mobiles, les plus complètes de l'industrie. Vous trouverez ces informations, ainsi que d'autres renseignements, sur le site : www.microstrategy.com/experience.

« Le choix de MicroStrategy pour l'ensemble des besoins en applications d'analyse et mobiles de l'entreprise est facilité par notre nouveau découpage produit, » explique Paul Zolfaghari, Président, MicroStrategy Incorporated. « Nous pensons qu'il améliore immédiatement notre valeur ajoutée auprès des clients existants et est un des symboles des efforts accrus que nous développons pour offrir une expérience client positive. Cette nouvelle déclinaison permet de mieux planifier et préparer de nouveaux déploiements, fournissant une valeur supplémentaire au large éventail de solutions que nous offrons. »

Dans le cadre de cette nouvelle structure de gamme, l'éventail complet des fonctionnalités de MicroStrategy, fractionné par le passé en 21 offres distinctes, a été regroupé dans quatre produits, qui permettent aux différents profils d'utilisateurs, de tirer parti de la plateforme complète de MicroStrategy, avec une tarification simplifiée basée sur la valeur ajoutée.

« Du point de vue du client, il s'agit d'un changement positif, » indique Andrew Young, Directeur BI chez Bob Evans Farms, un client de MicroStrategy. « La budgétisation et la planification des nouvelles applications seront grandement facilitées, notamment la ventilation des investissements en plateformes auprès de nos clients métier. Grâce à la structure d'offre et de tarification simplifiée, nous pouvons brosser un tableau plus complet et nous concentrer sur la valeur. »

MicroStrategy a ajouté que le nouveau packaging permettra aux clients de déployer plus économiquement l'ensemble des fonctionnalités MicroStrategy (notamment la fédération des données, le write-back et la distribution automatisée de rapports) vers un plus grand nombre d'utilisateurs finaux de l'entreprise, offrant à ces derniers des fonctionnalités complètes de création, le cas échéant, ainsi qu'une intégration aux applications Microsoft® Office®. Les architectes système gagnent en efficacité avec la possibilité de gérer intégralement les mises à niveau, les migrations et les chargements de données ainsi que l'administration et la surveillance des serveurs. Avec l'offre à quatre produits, les clients auront accès à tous les styles d'analyses (self-service, tableaux de bord, analyses avancées) sur toutes les interfaces (Web, mobiles, PDF, distribution de rapports par email) à l'échelle des Big Data, le tout sur une plateforme automatisée.

« Optimiser la valeur d'une relation client nécessite que les fournisseurs soient capables de simplifier la tarification de leurs produits afin de garantir que le processus d'achat d'une technologie soit facilement accessible et transparent, » explique Mark Smith, CEO et Chief Research Officer chez Ventana Research. « La nouvelle stratégie de gamme et de tarification de MicroStrategy va leur permettre d'offrir à leurs clients la meilleure expérience possible, tout en accélérant les délais de retour sur investissement. »

Le nouveau découpage produit se concentre sur les rôles des différents utilisateurs au sein de l'entreprise :

- **MicroStrategy Server™** possède des fonctionnalités à valeur ajoutée pour tous les utilisateurs. Il inclut une infrastructure de serveurs riche en fonctionnalités et conçue pour connecter plusieurs sources de données. Il prend

en charge tous les styles d'analyses principaux, des applications de distribution de rapports à celles basées sur l'information en passant par l'exploration des données en self-service. Il peut supporter jusqu'à plusieurs centaines de milliers d'utilisateurs. Il inclut également les outils d'administration et de surveillance requis par les entreprises pour gérer efficacement leurs déploiements.

- **MicroStrategy Web™** permet aux utilisateurs métier d'utiliser, créer et concevoir des analyses par l'intermédiaire d'une interface Web intuitive. Les analystes métier peuvent utiliser MicroStrategy Web afin de tirer parti d'un jeu de fonctionnalités d'analyse « tout en un » en self-service.
- **MicroStrategy Mobile™**, l'interface récompensée, leader de l'industrie pour environnements Apple iOS et Android, constitue un moyen convivial, rapide et économe de rendre accessibles en mobilité des applications analytiques et d'aide à la décision pour des collaborateurs toujours plus mobiles, 24/24 et 7/7.
- **MicroStrategy Architect™** fournit aux développeurs un jeu complet d'outils de développement, de déploiement et de migration requis pour gérer efficacement le cycle de vie du développement des applications.

MicroStrategy a également souligné que ces quatre offres complètent le module gratuit **MicroStrategy Analytics Desktop™** lancé l'an dernier. MicroStrategy Analytics Desktop est un outil d'analyse gratuit en self-service, conçu pour permettre à tout utilisateur individuel de recueillir des informations précises relatives à ses données en créant sans effort des visualisations et des tableaux de bord puissants et pertinents.

À propos de MicroStrategy Incorporated

Fondée en 1989, MicroStrategy (Nasdaq : MSTR) est un leader mondial des plateformes logicielles d'entreprise. La mission de la société est de fournir les plateformes d'analyse, mobiles, d'identité et de fidélité les plus souples, évolutives et conviviales, que celles-ci soient fournies sur site ou sur le Cloud.

La plateforme analytique de MicroStrategy est utilisée par des entreprises de premier plan pour analyser de vastes volumes de données et distribuer des informations opérationnelles dans l'ensemble de l'organisation. Notre plateforme d'analyse permet d'afficher des rapports et des tableaux de bord. Elle permet également aux utilisateurs de réaliser des analyses ad hoc, ainsi que de partager leurs informations partout et à tout moment. La plateforme MicroStrategy Mobile™ permet aux entreprises de développer rapidement des applications riches en informations qui associent contenus multimédias, transactions, analyses et workflows personnalisés. La plateforme d'identité MicroStrategy (commercialisée sous le nom de MicroStrategy Usher™) offre aux organisations la possibilité de développer une application mobile sécurisée consacrée à l'identité et aux identifiants. La plateforme de fidélité MicroStrategy (commercialisée sous le nom de MicroStrategy Alert) est une solution nouvelle génération de fidélisation et d'engagement des clients. Pour en savoir plus sur MicroStrategy, rendez-vous sur www.microstrategy.com ou suivez nous sur Facebook (<http://www.facebook.com/microstrategy>) et Twitter (<http://www.twitter.com/microstrategy>).

MicroStrategy, MicroStrategy Analytics Platform, MicroStrategy Mobile, MicroStrategy Cloud, MicroStrategy Identity Platform, MicroStrategy Loyalty Platform et MicroStrategy Usher sont des marques commerciales ou déposées de MicroStrategy Incorporated aux États-Unis et dans d'autres pays. Les autres noms de produits et de sociétés cités sont des marques déposées de leurs propriétaires respectifs.

Déclarations prospectives d'Amazon.com

La présente annonce contient des déclarations prospectives respectant l'article 27A du Securities Act de 1933 et de l'article 21E du Securities Exchange Act de 1934. Les résultats réels peuvent être sensiblement différents des anticipations de la Direction. Ces déclarations prospectives comportent des risques et des incertitudes qui comprennent, entre autres, les risques liés à la concurrence, à la gestion de la croissance, aux nouveaux produits, services et technologies, aux fluctuations potentielles des résultats d'exploitation, à l'expansion internationale, aux résultats des poursuites et réclamations en justice, à la création et à l'optimisation des datacenters, à la saisonnalité, aux accords commerciaux, aux acquisitions et aux transactions stratégiques, aux taux de change, à l'interruption du système, à l'inventaire, à la réglementation gouvernementale et à la fiscalité, aux paiements et à la fraude. D'autres informations concernant les facteurs pouvant affecter les résultats financiers d'Amazon.com sont disponibles dans les documents fournis à la Securities and Exchange Commission, et notamment dans son rapport annuel Form 10-K et les documents fournis après celui-ci.

Contact presse :

Véronique PIGOT - Agence Kani RP pour MicroStrategy- Tél. : 33 (1) 49 52 60 64 – Email : microstrategy@kanirp.com

Retrouvez toutes les actus de MicroStrategy sur www.microstrategy.fr et sur <http://www.kanirp.com/2659/microstrategy/>