

Contacts Presse

Pour toute information complémentaire, contacter :

Agence Burson-Marsteller i&e – 32 rue de Trévis – 75009 Paris

Kenza Remaoun

01.56.03.14.21

kenza.remaoun@bm.com

Vincent Darricarrere

01.56.03.12.62

vincent.darricarrere@bm.com

Adobe annonce des nouveautés dans le domaine de la science des données

Londres, Adobe Summit EMEA, Royaume-Uni — 11 mai 2016 — Aujourd'hui, Adobe a dévoilé des nouveautés dans le domaine de la science des données (Data Science) pour [Adobe Creative Cloud](#), [Adobe Document Cloud](#) et [Adobe Marketing Cloud](#). Ces fonctionnalités aideront les marques à proposer la meilleure expérience client possible au bon moment. En regroupant des centaines de fonctionnalités de science des données existantes dans les différents Clouds, les algorithmes d'Adobe mettent en évidence des évolutions insoupçonnées à partir de plusieurs milliards de données. Les entreprises peuvent tirer parti de ces éclairages pour prendre des décisions mieux informées et proposer à leurs clients des contenus bien plus personnalisés et pertinents.

Nouvelles fonctionnalités relevant de la science des données :

Adobe Marketing Cloud

- **Affectation plus intelligente du trafic visiteur** : grâce à la fonction d'affectation automatique d'[Adobe Target](#), les spécialistes du marketing peuvent facilement identifier les principaux vecteurs de trafic web et les exploiter pour générer davantage de trafic vers leurs ressources en ligne.
- **Objets prédictifs (version preview)** : ce programme [Adobe Campaign](#) pour les [objets prédictifs](#) suggère le contenu de l'objet d'un e-mail pour optimiser les performances de celui-ci.
- **Advertising Insights à l'œuvre** : [Adobe Media Optimizer](#) est désormais intégré avec [Adobe Analytics](#) afin de bénéficier d'une part, d'indicateurs plus poussés comme l'engagement et la conversion et, d'autre part, d'éclairages sur les modes de navigation des utilisateurs parmi les publicités display, de référencement et sur les réseaux sociaux. Cette nouveauté facilite l'optimisation des campagnes pour les clients les plus stratégiques.
- **Scores de propension pour le remarketing** : Adobe ajoute des scores de propension à l'abandon de panier à partir d'Adobe Analytics. Un score de probabilité de non-retour sur le site est attribué à chaque client, ce qui permet au marchand de décider s'il faut proposer une incitation publicitaire à conclure la vente.

Adobe Creative Cloud

- **Reconnaissance et comparaison des polices** : avec l'application Project DeepFont, les créatifs peuvent immédiatement identifier une police en la prenant en photo. Il s'agit en quelque sorte d'un Shazam pour les polices.
- **Sélection d'images** : grâce à la nouvelle technologie d'analyse des images d'Adobe, il est possible de retrouver n'importe quelle image dans une collection Lightroom synchronisée. En saisissant des termes de recherche, l'utilisateur peut trouver des objets dans une photo, par exemple des aliments, des fleurs ou des animaux, sans devoir baliser manuellement chaque image.

Adobe Document Cloud

- **Du papier au PDF** : [Adobe Acrobat DC](#) détermine de manière intelligente si une image ou une photo numérisée est un document ou non, et optimise l'ergonomie et la fidélité des documents à l'aide de techniques de traitement de l'image comme la détection des limites, l'amélioration de l'image et le nettoyage – de la nomenclature régionale à la détection des ombres.
- **Analyse sémantique des documents** : Acrobat DC classe avec précision les mots, les paragraphes, les listes, les tableaux, les champs de formulaire et les chiffres afin de permettre à l'utilisateur de convertir les numérisations, les images, les documents ou tout autre contenu en PDF intelligents indexables qu'ils pourront partager.

Pour plus d'informations sur les nouveautés dans le domaine de la science des données : <https://blogs.adobe.com/digitaleurope/fr/digital-marketing-fr/adobe-mise-sur-la-science-des-donnees-pour-favoriser-les-entreprises-orientees-experience/>

À propos d'Adobe Marketing Cloud

Adobe Marketing Cloud permet aux entreprises de se servir des Big Data pour s'adresser à leurs clients et prospects, et interagir efficacement avec eux via un contenu marketing ultra-personnalisé, sur l'ensemble des équipements et points de contact numériques. Huit solutions étroitement intégrées offrent aux professionnels du marketing un ensemble très complet de technologies marketing axées sur l'analyse, la gestion de l'expérience web et applicative, les tests et le ciblage, la publicité, les vidéos, la gestion d'audience, les interactions sociales et l'orchestration des campagnes. Le lien avec Adobe Creative Cloud facilite l'activation rapide de contenus sur la totalité des canaux marketing. Plusieurs milliers d'entreprises à travers le monde, dont les deux-tiers de celles figurant au classement Fortune 50, font confiance à Adobe Marketing Cloud.

###

À propos d'Adobe Systems Incorporated

Adobe révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus d'informations, consultez le site www.adobe.com/fr.