



Contacts presse

Pour toute information complémentaire, contacter :

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

Elodie Larcis

01.56.03.15.20

elodie.larcis@bm.com

Vincent Darricarrere

01.56.03.12.62

vincent.darricarrere@bm.com

Adobe dévoile de nouvelles fonctionnalités pour Adobe Cloud Platform

Nouveaux perfectionnements d'Adobe I/O et intégrations avec Microsoft, AppDynamics, Dun & Bradstreet, Mastercard et SapientRazorfish

Las Vegas, États-Unis — 21 mars 2017 — Lors de l'Adobe Summit, Adobe (Nasdaq : ADBE) présente des perfectionnements majeurs pour Adobe Cloud Platform, son architecture cross-cloud qui unifie le contenu et les données et met à profit Adobe Sensei, le framework d'Adobe axé sur l'IA et le machine learning. Au nombre des optimisations annoncées ce jour figurent de nouvelles fonctionnalités Sensei destinées aux grandes entreprises ainsi que de nouveaux outils et de nouvelles intégrations avec des partenaires qui devraient permettre aux développeurs de réduire les délais de mise sur le marché et de mieux intégrer les contenus créés avec le Creative Cloud d'Adobe dans les workflows d'entreprise. Adobe a également annoncé Adobe Experience Cloud, ainsi que la disponibilité du premier kit de solutions s'intégrant avec les offres Azure, Dynamics 365 et PowerBI de Microsoft.

Les progrès réalisés dans les services cloud ont fondamentalement transformé le paysage informatique. Les dix prochaines années apporteront des changements encore plus radicaux dans la manière dont les marques créent de nouvelles expériences pour mieux captiver leurs clients et interagir avec eux. Dans cette perspective, les enseignes vont devoir s'adapter à une ère véritablement axée sur la mobilité de l'expérience - où les expériences ultra-personnalisées tiennent compte du contexte et sont déployées en temps réel - indépendamment de l'équipement, du moment ou du lieu. Pour répondre à ces critères, une plateforme d'expérience moderne doit s'appuyer sur un langage de données commun reposant sur le contenu et les données, un écosystème ouvert favorisant la création et l'innovation, et l'intelligence grâce à l'intelligence artificielle et le machine learning.

Avec Adobe Cloud Platform, les entreprises peuvent centraliser et unifier les données clients et le contenu à partir de n'importe quel système afin d'améliorer considérablement la conception et le déploiement d'expériences clients sophistiquées. Cette plateforme comprend des services pour brasser et analyser les données, tout en mettant à profit le machine learning, via Adobe Sensei, afin d'amplifier l'efficacité marketing. Adobe Cloud Platform met également ses données, contenus et analyses à la disposition des partenaires et des développeurs tiers via des API. Cette plateforme Adobe, exploitée par plusieurs milliers de partenaires à travers le monde, gère plus de 100 000 milliards de transactions de données par an, et reçoit plus de 700 millions d'appels d'API par jour via Adobe I/O, portail Adobe cross-cloud pour les développeurs.

« Les derniers perfectionnements apportés à Adobe Cloud Platform étoffent les fonctionnalités de Creative Cloud, de Document Cloud et d'Adobe Experience Cloud, afin que les entreprises puissent plus facilement déployer des expériences attrayantes à grande échelle », précise Abhay Parasnis, executive vice president et CTO d'Adobe. « Les dernières innovations d'Adobe Sensei, notre framework d'intelligence artificielle et de machine learning, accélèrent et améliorent considérablement la conception et le déploiement d'expériences sur l'ensemble des points de contact avec la clientèle. »

Mises à jour de Cloud Platform

- **Nouveau modèle de données d'expérience (XDM).** Adobe a dévoilé XDM, langage de données commun, évolué et expressif, qui définit des normes et facilite l'intégration de contenus, données et analyses dans les processus et systèmes de données des grandes entreprises. XDM crée un langage unique pour l'expérience client à l'échelle de l'entreprise et garantit des intégrations très étroites avec les solutions cloud d'Adobe via des services clés tels que Profiles et Assets. Acxiom, AppDynamics, Dun&Bradstreet, Mastercard, Qualtrics, Zendesk, entre autres, participent au développement de XDM et sont résolus à créer des applications reposant sur ce nouveau langage.

- **Adobe annonce Launch**, sa solution de gestion des balises de nouvelle génération reposant sur Adobe Cloud Platform. Avec Launch, les développeurs tiers peuvent élaborer, gérer et mettre à jour en permanence leurs propres intégrations avec Adobe Experience Cloud, écourtant ainsi considérablement les délais de mise sur le marché. En utilisant l'interface de Launch, qui ressemble à une boutique applicative, les marques peuvent déployer aisément des applications web émanant d'Adobe et de développeurs tiers, définir les comportements clients à prendre en compte, et déterminer comment exploiter ces données avec leurs outils de marketing digital. Parmi les premiers utilisateurs de Launch figurent des partenaires comme Dun & Bradstreet, Facebook, Twitter et Zendesk.
- **Mises à jour pour les développeurs.** Adobe a annoncé de nouveaux perfectionnements pour Adobe I/O, son portail cross-cloud pour les développeurs. Des I/O Events inédits et des API Creative Cloud offrent aux développeurs un accès aux ressources et événements Creative Cloud. Par exemple, un développeur peut créer une application personnalisée qui réagit à la modification d'un fichier de création, ou au chargement d'une nouvelle ressource Creative Cloud, et transforme automatiquement ce contenu en action marketing. La faculté à programmer des workflows entre clouds permet aux développeurs de créer des solutions sur mesure, en veillant par exemple à ce que le dernier logo d'une marque soit automatiquement déployé dans toutes les activités marketing.
- **Nouvelles intégrations de partenaires sur Exchange.** Plusieurs partenaires, notamment Acxiom, AppDynamics, Clicktale, Decibel Insight, Dun & Bradstreet, Mastercard, Ooyala, SapientRazorfish et Zendesk, ont annoncé de nouvelles intégrations avec Adobe Experience Cloud, disponibles dès aujourd'hui sur Adobe Exchange. L'intégration d'AppDynamics permet aux professionnels du marketing de déterminer les circonstances et raisons d'une expérience applicative médiocre côté client, et d'utiliser ces données pour déclencher des événements marketing, comme l'envoi d'un e-mail personnalisé couplé à une offre dans le but de reconquérir le client. Grâce à l'intégration de Mastercard, les professionnels du marketing peuvent combiner les informations sur les comportements d'achat avec les données d'Adobe Analytics afin d'élaborer de meilleurs profils et donc de mieux cibler le public. Adobe, qui a également développé son partenariat avec Microsoft, a dévoilé le premier kit de solutions conjointes intégrant Adobe Experience Cloud avec Microsoft Azure, Microsoft Dynamics 365 et Microsoft PowerBI.

Adobe Sensei pour les entreprises

Adobe Sensei relève les défis les plus complexes en termes d'expériences, en se servant de l'intelligence artificielle et de machine learning, et en s'appuyant sur l'énorme volume de contenus et de données d'Adobe. Adobe Sensei fournit aux clients un framework unifié d'intelligence artificielle et de machine learning ainsi que des services intelligents qui les aident à travailler plus efficacement. Dans Adobe Experience Cloud, Adobe Sensei pilote d'ores et déjà plus d'une centaine de fonctionnalités intelligentes, notamment des alertes intelligentes, des analyses publicitaires automatisées, la détection d'anomalies et la modélisation de profils similaires, afin d'aider les marques à mieux cerner et satisfaire les besoins de leurs clients.

Aujourd'hui, Adobe a lancé plusieurs fonctionnalités Sensei inédites pour les entreprises, notamment des **expériences fluides** afin de donner aux marques les moyens de déployer l'expérience attendue par les clients sur tout type d'écran connecté, via les réseaux sociaux, la réalité virtuelle, les objets connectés et les écrans physiques. De plus, le **ciblage automatique** simplifie les tests manuels ainsi que la personnalisation de contenu déterministe ou à base de règles. Enfin, la **détection renforcée des anomalies et l'analyse de contribution** aident les marques à repérer les événements statistiquement significatifs, à mettre en évidence leur origine et à prendre les mesures qui s'imposent pour optimiser l'expérience client.

Liens utiles :

- Découvrez en streaming les interventions en direct du Summit le mardi 21 mars, de 9 à 11 h 30 et le mercredi 22 mars de 10 à 12 heures (heure du Pacifique) : <http://summit.adobe.com/na/sessions/summit-online/sign-up>
- Blog Adobe Experience Manager sur les expériences fluides : <https://blogs.adobe.com/digitalmarketing/web-experience/adobe-unveils-the-next-generation-of-adobe-experience-manager-to-power-digital-experiences/>
- Blog Adobe Target sur le ciblage automatique : <https://blogs.adobe.com/digitalmarketing/personalization/auto-target-personalization-reimagined-by-adobe-target-powered-by-sensei/>
- Blog Adobe Cloud Platform sur Launch : <http://blogs.adobe.com/digitalmarketing/digital-marketing/transcend-tags-and-deliver-experiences/>
- Blog Adobe I/O : <https://medium.com/adobe-io>

À propos d'Adobe

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