



#### 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](mailto:elodie.larcis@bm.com)

Vincent Darricarrere

01.56.03.12.62

[vincent.darricarrere@bm.com](mailto:vincent.darricarrere@bm.com)

# Adobe et Microsoft annoncent des solutions conjointes pour transformer les expériences client

**Les deux éditeurs entendent aider les marques à intégrer les données dans l'ensemble de leurs services et activités marketing et commerciales**

**Las Vegas, États-Unis — 21 mars 2017** — Dans la lignée de leur [partenariat annoncé](#) en septembre dernier, Adobe (Nasdaq : ADBE) et [Microsoft Corp](#) annonceront, lors de [l'Adobe Summit](#), la disponibilité de leur premier ensemble de solutions conjointes pour aider les entreprises à transformer leurs expériences client. (Pour suivre la conférence en direct, rendez-vous sur <http://summit.adobe.com/na/sessions/summit-online/sign-up/>). Disponibles dès aujourd'hui, ces solutions s'appuieront sur Adobe Experience Cloud et Microsoft Azure, Dynamics 365 et Power BI pour transformer les expériences cross-canal et l'orchestration des campagnes. Les deux partenaires annonceront également leur collaboration sur un standard ouvert destiné à définir et unifier le langage des données « marketing », « ventes » et « services » indispensables à la diffusion d'expériences digitales homogènes à grande échelle.

« Les clients actuels attendent énormément des interactions avec les marques. Les entreprises doivent donc proposer des expériences exceptionnelles à grande échelle si elles ne veulent pas perdre leurs clients », déclare Abhay Parasnis, executive vice president et CTO, Adobe. « En alliant leurs solutions marketing, commerciales et d'intelligence client, Adobe et Microsoft aident les marques à mieux comprendre leurs clients et à interagir avec eux sur l'ensemble des points de contact. »

« Nous pensons que la puissance combinée de nos technologies permettra aux entreprises d'exploiter leurs données de manière inédite, et d'en tirer des enseignements stratégiques exploitables », explique Scott Guthrie, executive vice president, Microsoft. « Les expériences attrayantes et personnalisées que nous offrons ensemble sont gages de fidélisation et de croissance pour les marques. »

#### De l'intégration des données à la collecte d'informations exploitables

Grâce aux nouvelles intégrations annoncées ce jour, les entreprises seront mieux à même d'aligner leurs activités commerciales et marketing, et de créer des expériences attrayantes, personnalisées et cohérentes pour leurs clients.

Les deux éditeurs ont annoncé ce qui suit :

- L'intégration d'Adobe Campaign et de [Microsoft Dynamics 365](#) permet aux entreprises de compiler les données clients de divers canaux afin de créer une vue unifiée du client qui leur permette de personnaliser les expériences sur tous les points de contact marketing.
- L'intégration d'Adobe Analytics et de [Microsoft Power BI](#) fournit de meilleures connaissances à tous les niveaux de l'entreprise. Les marques peuvent incorporer les données comportementales dans Power BI pour visualiser l'impact des campagnes sur l'ensemble des segments, identifier les points de contact les plus efficaces et convertir ces informations en résultats tangibles en temps réel.
- Adobe Experience Manager Sites Managed Service est désormais disponible dans [Microsoft Azure](#). Les entreprises peuvent ainsi diffuser plus rapidement des expériences web personnalisées auprès de leurs clients, où qu'ils se trouvent. Les marques gèrent ainsi leur contenu web tous écrans confondus dans Adobe Experience Manager, moyennant des coûts de gestion et de ressources réduits.

### **Collaboration sur un modèle de données standard**

Forts de leur solide expérience dans le domaine de la science des données et du machine learning, Adobe et Microsoft collaborent à la création d'un modèle de données sémantique standard favorisant la compréhension et la génération d'interactions clients en temps réel. En plus d'accélérer considérablement le traitement des énormes volumes de données, ce modèle harmonisera la manière dont elles sont structurées.

D'autres grands noms du secteur interviennent également dans l'élaboration du nouveau standard ouvert destiné à être implémenté librement par toute entreprise. AppDynamics, Acxiom, Dun & Bradstreet, Qualtrics, Zendesk, [24]7 et MasterCard participent ainsi avec Adobe et Microsoft au développement de ce nouveau standard et s'engagent à créer des applications basées sur le futur langage commun.

Pour les clients, cette intégration de bout en bout au niveau de la plate-forme facilite la personnalisation des applications, l'extraction des données comportementales dans les applications web et mobiles, et la collecte d'analyses depuis tous les services Adobe et Microsoft et depuis toute plate-forme prenant en charge le modèle de données. Les deux éditeurs devraient fournir de plus amples informations sur l'évolution du projet lors de la conférence Microsoft Build qui se tiendra du 10 au 12 mai.

###

### **À propos de Microsoft**

Microsoft (Nasdaq : MSFT @Microsoft) est le leader mondial des plates-formes et solutions de productivité pour l'univers du mobile et du cloud. Sa mission consiste à donner à chaque personne et à chaque entreprise du monde entier les moyens d'aller plus loin.

### **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/>.