



Contacts presse

Pour toute information complémentaire, contacter :

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

Vincent Darricarrere

01.56.03.12.62

vincent.darricarrere@bm.com

Kenza Remaoun

01.56.03.14.21

Kenza.remaoun@bm.com

La nouvelle application mobile Adobe Advertising Cloud apporte de la flexibilité aux marketeurs

Les nouveautés d'Adobe Advertising Cloud intègrent les nouveaux formats ciblés pour la publicité audio.

Paris, France — 12 octobre 2017 — Alors que les annonceurs font de plus en plus appel aux solutions automatisées pour acheter [la majeure partie de leur espace publicitaire](#), les technologies d'achat médias offrent quant à elles peu de flexibilité pour gérer les campagnes hors du bureau ou sur un autre device que l'ordinateur.

Pour répondre à ces enjeux, Adobe (Nasdaq : ADBE) annonce le lancement d'Adobe Advertising Cloud Mobile App, la première application mobile de gestion des campagnes publicitaires cross-canal capable de fournir aux marketeurs les outils indispensables pour assurer la performance et la diffusion des campagnes où qu'ils soient. L'équipe d'achat médias d'Adobe a commencé à tester et utiliser cette application mobile depuis ce trimestre.

Proposé gratuitement aux clients sur terminaux Android et iOS, l'application mobile Adobe Advertising Cloud permet aux marketeurs de demeurer connectés et de gérer leurs campagnes publicitaires cross-canal où qu'ils soient. Voici quelques-unes de ses caractéristiques :

- Suivi en temps réel des indicateurs de performance et de diffusion des campagnes à partir d'un téléphone mobile ou d'une tablette ;
- Possibilité d'activer des campagnes d'un simple geste, et de les suspendre automatiquement sur la base de paramètres prédéfinis tels que le plafond budgétaire ou le nombre total d'impressions publicitaires ;
- Reporting synthétique de l'ensemble des indicateurs disponibles au sein de la plateforme sur poste de travail, comme le montant total des dépenses, les taux de visibilité, de clics et de réussite, les impressions, etc.

En plus de l'application mobile, les clients d'Adobe Advertising Cloud bénéficieront également de fonctions publicitaires cross-canal intégrant l'achat automatisé, de formats audio sur desktop et mobiles.

En collaboration avec Rubicon Project, place de marché d'envergure mondiale pour l'achat et la vente de publicités, les annonceurs peuvent aujourd'hui enrichir leurs actions publicitaires puisqu'ils ont la possibilité de planifier et d'acheter de l'inventaire premium audio.

En intégrant des formats audio à sa solution de planification et d'achat médias, Adobe Advertising Cloud permet aux marketeurs de centraliser le ciblage et le reporting sur l'ensemble des devices, notamment les postes de travail, smartphones et tablettes. Les messages sont séquencés et diffusés quel que soit le format, allant de la publicité audio à la publicité vidéo pour faire progresser les consommateurs dans l'entonnoir d'achat.

Les annonceurs peuvent également mettre à profit l'intégration native d'Adobe Advertising Cloud avec Adobe Analytics Cloud pour s'appuyer sur des données first et third afin de cibler des segments d'audience en fonction de critères comportementaux, démographiques et géographiques, et bénéficier d'un reporting d'audience sur l'âge et le genre des consommateurs.

« L'audio connaît un essor fulgurant et s'impose comme un canal distinct donnant aux annonceurs la possibilité de cibler les utilisateurs non seulement à partir de leur profil démographique ou psychographique, mais également selon leur ressenti à un moment donné », déclare Brett Wilson, vice président d'Adobe Advertising Cloud. « Cette collaboration avec Rubicon contribue à rapprocher Adobe Advertising Cloud un peu plus de notre objectif, à savoir aider les marketeurs à unifier leurs dépenses publicitaires sur l'ensemble des canaux. »

« Nous sommes très heureux de travailler avec Adobe Advertising Cloud pour garantir aux marketeurs un inventaire premium de qualité et répondre à leurs attentes en termes de format disponible », renchérit Amy Coveny, Global Head of Audio, Rubicon Project. « Et face à l'engouement des consommateurs pour l'achat de musique in-app, nous sommes ravis d'automatiser l'achat et la vente des espaces publicitaires les plus demandées. »

###

About Adobe Advertising Cloud

Adobe Advertising Cloud est la première plateforme indépendante du marché à gérer de bout en bout les formats publicitaires de la télévision au digital. En se focalisant sur la brand safety, en améliorant la transparence et en exploitant tout le potentiel d'Adobe Creative Cloud et d'Adobe Experience Cloud, notre plateforme offre aux annonceurs la possibilité de mieux maîtriser leurs dépenses publicitaires et d'atteindre leurs objectifs commerciaux. Elle gère d'ores et déjà près de 3 milliards de dollars de dépenses publicitaires annuelles pour le compte de plus d'un millier de sociétés internationales, comme L'Oréal, Pernod Ricard, Danone, Allstate, Ford, Johnson & Johnson, Kraft, Liberty Mutual, MGM, Nickelodeon et Southwest Airlines. En savoir plus sur [Adobe Advertising Cloud](#).

À propos d'Adobe

Adobe change le monde par l'expérience numérique. Pour plus d'informations, consultez le site www.adobe.com.