



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

ALERTE PRESSE

Adobe franchit une nouvelle étape dans son partenariat stratégique avec Microsoft autour de la gestion de la relation client et de la gestion de contenu

De nouvelles intégrations entre Adobe Experience Cloud et Microsoft Dynamics 365 facilitent les opérations de vente et de marketing.

Paris, France — 06 novembre 2017 — Aux côtés de [Microsoft](#), Adobe (Nasdaq : ADBE) lève aujourd'hui le voile sur l'étape suivante du [partenariat](#) stratégique annoncé en septembre 2016. [Adobe Experience Manager](#), la solution Adobe de référence en matière de gestion de contenu proposée avec [Adobe Marketing Cloud](#), composant d'[Adobe Experience Cloud](#), est désormais intégrée à [Microsoft Dynamics 365](#), qui offre une extensibilité et des normes web universelles. Proposée à leurs clients communs, cette intégration aide les marques à optimiser leurs ventes et la gestion de leurs contacts commerciaux.

« Depuis plus d'un an, les équipes Adobe et Microsoft collaborent étroitement pour mettre à la disposition de leurs clients communs un certain nombre d'intégrations à forte valeur ajoutée », précise Suresh Vittal, vice président du pôle Experience Cloud Strategy chez Adobe. « En donnant aux grandes entreprises les moyens de concevoir des contenus sophistiqués articulés autour d'énormes quantités de données - y compris celles axées sur la gestion de la relation client (CRM), issues de Microsoft Dynamics 365 - Adobe et Microsoft sont parfaitement bien placés pour transformer la manière dont les structures ventes et marketing interagissent avec les clients. »

« Alors que notre collaboration avec Adobe continue à s'intensifier, nous proposons aux marques la possibilité inédite de tirer parti de l'expertise d'Adobe dans le déploiement d'expériences client d'exception, en l'associant au succès enregistré par Microsoft en matière de gestion de la relation client », indique Alysa Taylor, directrice générale du groupe Business Applications chez Microsoft. « L'intégration de Microsoft Dynamics 365 avec Adobe Experience Manager va encore plus loin, en introduisant des interactions hyper-personnalisées contribuant à dynamiser les ventes. »

L'intégration d'Adobe Experience Manager avec les données CRM de Microsoft Dynamics 365 permet aux professionnels du marketing en entreprise de déployer une stratégie de personnalisation individualisée du contenu web à très grande échelle, et de rattacher à leur système CRM les données web propices à la génération de contacts. Les sociétés de conseil et intégrateurs système tels que [EY](#) ont tout loisir de tirer parti des API sur la plateforme ouverte d'Adobe Experience Manager pour favoriser l'innovation ; en faisant le lien entre les ressources digitales et les données CRM. Ils accélèrent par exemple le sourcing, la gestion et le déploiement de contenus de marque personnalisés sur l'ensemble des points de contact. Les marques peuvent également opérer une collecte intelligente des données en ligne propices à la génération de contacts et préremplir des formulaires en ligne à l'aide de données CRM pour faciliter les conversions.

« Nous constatons aujourd'hui, plus que jamais, à quel point il est nécessaire que les commerciaux deviennent de meilleurs marketeurs puisque le rôle du marketing dans le cycle de vente ne cesse de gagner en importance. Le partenariat entre Adobe et Microsoft accentue cet impératif, et transforme les techniques de marketing et de vente employées par les entreprises, ainsi que les méthodes que celles-ci utiliseront pour apporter une valeur ajoutée aux clients », affirme Greg Jenko, principal responsable du pôle Digital & Analytics pour les Amériques chez EY. « Nous avons élaboré un modèle de vente B2B s'appuyant sur l'offre conjointe d'Adobe et de Microsoft, et spécifiquement destiné à déclencher des conversions ainsi qu'une véritable transformation digitale chez nos clients. »

Plus de 150 000 milliards de transactions associées à des données clients et 41 000 milliards de requêtes multimédias transitent chaque année par Adobe Experience Cloud. Grâce à l'étroite intégration de ses outils marketing avec les données clients de Dynamics 365, les clients communs aux deux éditeurs bénéficient d'une vue très complète sur leurs clients à chaque interaction. À supposer, par exemple, qu'un prospect cherche à s'abonner à un club de gym, il suffit à la marque de personnaliser intelligemment sa page d'accueil, son application mobile, son chatbot et tout autre type d'interaction pour rester centrée sur l'activité qui intéresse ce prospect : le yoga. Ce degré de personnalisation contribue à renforcer la mobilisation du prospect en fluidifiant les interactions avec lui, jusqu'à en faire un client.

L'intégration d'Adobe Experience Manager avec Dynamics 365 s'appuie sur les intégrations technologiques actuellement effectives entre Adobe et Microsoft :

- L'intégration d'[Adobe Campaign](#), composant d'Adobe Marketing Cloud, avec Microsoft Dynamics 365, qui donne un éclairage sur les interactions des clients avec les campagnes cross-canal.
- Microsoft tire parti d'[Adobe Audience Manager](#), composant d'[Adobe Analytics Cloud](#), pour un ciblage d'audience personnalisé sur Microsoft Bing. En transférant leurs données via cette plate-forme Adobe de gestion des données, les marques bénéficient d'un ciblage publicitaire optimisé.
- Grâce à l'intégration des fonctions d'analyse vocale d'Adobe Analytics Cloud avec [Microsoft Cortana](#), les marques peuvent collecter et analyser des données voix, telles que l'intention des utilisateurs et la fréquence d'utilisation.
- Adobe Campaign et Adobe Experience Manager s'exécutent sur [Microsoft Azure](#) pour le déploiement des services cloud.
- Près d'une cinquantaine de grandes entreprises présentes sur les principaux marchés verticaux, comme la grande distribution, le tourisme, les services financiers et le secteur public, tirent parti des offres conjointes d'Adobe et de Microsoft. Parmi leurs clients communs figurent Air Canada, Avianca, Great West Life Assurance, Lifeway Christian, Monoprice et W.B. Mason, entre autres.

###

À propos d'Adobe Experience Cloud

Adobe Experience Cloud est un ensemble très complet de services cloud visant à offrir aux entreprises tout ce dont elles ont besoin pour déployer des expériences client d'exception. Constitué d'Adobe Marketing Cloud, d'Adobe Advertising Cloud et d'Adobe Analytics Cloud, Experience Cloud repose sur Adobe Cloud Platform et s'intègre avec Adobe Creative Cloud et Document Cloud. Tirant parti des fonctions de machine learning et d'intelligence artificielle d'Adobe Sensei, Adobe Experience Cloud allie des solutions haut de gamme, une plateforme évolutive complète, des systèmes intégrés pour les données et le contenu, un solide réseau de partenaires, et une expertise inégalée dans le déploiement d'expériences.

À propos d'Adobe

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