



Contacts presse

Pour toute information complémentaire, contacter :
Agence Burson-Marsteller i&e – 32 rue de Trévis – 75009 Paris
Vincent Darricarrere
01.56.03.12.62
vincent.darricarrere@bm.com
Kenza Remaoun
01.56.03.14.21
Kenza.remaoun@bm.com

Adobe et Microsoft étendent leur partenariat mondial à la Chine

Les deux sociétés leaders du logiciel renforcent l'intégration de leurs plateformes de solutions dédiées aux entreprises.

Paris, France — 26 mars 2018 — Lors de l'Adobe Summit, Adobe (Nasdaq: ADBE) et [Microsoft Corp.](#) (Nasdaq: MSFT) ont annoncé avoir franchi une nouvelle étape dans leur partenariat mondial [annoncé en septembre 2016](#). Les deux éditeurs étendent leur partenariat à la Chine pour aider les marques internationales à y proposer des expériences personnalisées, sur l'ensemble des points de contact client de ce marché en pleine expansion.

Plus de 60 marques dans le monde utilisent d'ores et déjà les solutions de manière conjointe, dont 24 Hour Fitness, AAA Northeast, Avianca, National Center of Missing and Exploited Children et W.B. Mason. Adobe et Microsoft ont par ailleurs dévoilé de nouvelles intégrations technologiques natives entre Adobe Experience Manager et Microsoft Azure, Adobe Campaign et Microsoft Dynamics 365 et Adobe Analytics, et Microsoft Power BI.

Grâce à l'élargissement de leur partenariat à la Chine, Adobe Experience Cloud est disponible dans le monde entier. Adobe Experience Cloud sera exécuté sur Microsoft Azure, qui est géré par 21Vianet, un fournisseur de cloud leader et indépendant des opérateurs. Adobe et Microsoft œuvreront de concert avec les marques internationales pour les aider à concevoir et implémenter les solutions intégrées.

Extension des intégrations natives

En plus de servir plus de 60 marques internationales, ces nouvelles intégrations natives incluent entre autres le déploiement d'Adobe Experience Manager Sites Managed Service sur [Microsoft Azure](#), afin d'aider les entreprises à diffuser des expériences web personnalisées. Grâce à l'intégration d'Adobe Campaign et de [Microsoft Dynamics 365](#), les entreprises peuvent consolider leur connaissance client afin d'en créer une vue unifiée du client servant à personnaliser les expériences sur tous les points de contact marketing. L'intégration d'Adobe Analytics et de [Microsoft Power BI](#) permet aux marques d'incorporer des données dans Power BI pour visualiser l'impact des campagnes sur l'ensemble des audiences.

Adobe et Microsoft intégreront leurs modèles de données respectifs — le modèle de données d'expérience XDM (Experience Data Model) d'Adobe et le modèle de données commun CDM (Common Data Model) de Microsoft — au sein d'un modèle de données standard définissant et unifiant le langage des données issues du marketing, des ventes et des services. Ce modèle de données standard apporte une cohérence aux différents types de données présents dans l'entreprise, ce qui permet d'établir des profils client plus complets. Il évite également d'avoir à créer des connecteurs entre les systèmes et de les mettre constamment à jour.

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/>.

À propos de Microsoft

Microsoft (Nasdaq : MSFT @Microsoft) est le leader mondial des plateformes 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.

###

© 2018 Adobe Systems Incorporated Tous droits réservés. Adobe et le logo Adobe sont des marques ou des marques déposées d'Adobe Systems Incorporated aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Toutes les autres marques citées sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.