



Contacts presse

Pour toute information complémentaire, contacter :

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

Vincent Darricarrere

01.56.03.12.62

vincent.darricarrere@bm.com

Rivély Monampassi

01.56.03.12.13

rively.monampassi@bm.com

Devenir une entreprise créatrice d'expériences

L'appel à l'action d'Adobe au Summit EMEA 2018

Adobe donne le coup d'envoi de la plus grande conférence européenne dédiée au marketing digital, présente ses innovations optimisées par l'intelligence artificielle (IA) dans Adobe Cloud Platform et Adobe Experience Cloud et déploie son programme d'accompagnement client dans la région.

Londres, Royaume-Uni – 3 mai 2018 – Adobe a donné ce jour le coup d'envoi de l'Adobe Summit EMEA 2018, sa conférence annuelle sur le marketing digital qui attire plus de 5 000 professionnels du marketing et de l'informatique de toute l'Europe.

Cet événement sera l'occasion de rencontrer les principaux « Experience Makers » du secteur à la pointe des transformations digitales, et d'assister à la démonstration des dernières innovations sur [Adobe Cloud Platform](#) et Adobe Experience Cloud, un ensemble très complet de services cloud visant à offrir aux entreprises tout ce dont elles ont besoin pour créer des expériences client d'exception.

Outre une présentation des dernières avancées technologiques d'Adobe, la conférence accueillera des intervenants de renom qui témoigneront, au travers de la création d'expériences efficaces, de la transformation de leurs activités. Il s'agit notamment de Claire Cronin, CMO de Virgin Atlantic, de Claire Hepworth, Head of Customer Engagement chez Ford, et de dirigeants de SKY, LEGO et Amazon.

Seront également présentes des personnalités du monde des affaires et du sport qui ont eu recours au marketing digital et social pour construire leurs marques et des personas, notamment la styliste de renommée internationale Victoria Beckham et le champion du monde de boxe poids lourd Anthony Joshua.

Enfin, c'est l'acteur et comédien britannique Rob Brydon qui animera les « Sneaks » d'Adobe, la présentation annuelle des technologies de pointe développées par les laboratoires de R&D Adobe Research.

Tout repose sur l'expérience

Dans un monde où le digital a bouleversé tous les secteurs d'activité, les entreprises font face à une nouvelle réalité, dans laquelle les clients exigent de vivre des expériences riches et personnalisées, en temps réel et sur toute une variété de points de contact : le web, le mobile, mais aussi un nombre croissant de nouveaux appareils, formats et modes d'interaction tels que la voix et les médias immersifs. La diffusion de ces expériences à grande échelle passe par une réorganisation de l'entreprise moderne autour de l'intelligence client, couplée à une capacité à gérer et à analyser très rapidement de grandes quantités de données et de contenus.

Aujourd'hui, des marques internationales qui transforment leurs activités autour de l'impératif de l'expérience client s'adresseront directement au public. Par ailleurs, Adobe présentera ses dernières innovations autour d'Adobe Experience Cloud et Adobe Cloud Platform, conçues pour aider les marques à relever les défis associés à cette transformation et à l'évolution des comportements des clients :

- **Unification de l'intelligence client dans l'entreprise** : les limites de la connaissance des clients étant sans cesse repoussées, l'entreprise moderne a besoin d'un nouveau système d'enregistrement. Un système qui garantisse l'unification et la normalisation des données client et qui soit correctement géré, afin de livrer des expériences personnalisées à grande échelle. Dans cette optique, Adobe présentera aujourd'hui des améliorations d'Adobe Cloud Platform qui faciliteront le regroupement des données client provenant de toute l'entreprise, au sein d'un tout nouveau profil client unifié. Il s'agit ainsi de créer une vue en temps réel des clients et de leur parcours, afin de leur proposer des expériences pertinentes.
- **Élimination des cloisonnements dans la publicité** : les marketeurs sont toujours confrontés à des processus de création et d'achat média cloisonnés, et nombre d'entre eux peinent encore à diffuser des messages publicitaires pertinents à leurs clients. L'ouverture du Summit se fera sur une démonstration d'[Adobe Advertising Cloud Creative](#), la première plateforme publicitaire du secteur à permettre l'ajustement dynamique des éléments de création d'une campagne (texte et images des annonces display, notamment) pour accélérer le déploiement des nouveaux messages et designs, en s'affranchissant des coûts liés à la

reprogrammation des campagnes ou au renouvellement du processus de design. Le but est de permettre aux marques d'améliorer la qualité et le ciblage de leurs publicités display en les personnalisant davantage.

- **Diffusion d'expériences dans un environnement multicanal** : les marques doivent gérer un nombre croissant de points de contact pour s'adresser à leur public, ainsi que des données dont la complexité augmente de façon exponentielle. Aujourd'hui, Adobe présentera de nouvelles fonctionnalités d'Adobe Analytics, moteur de connaissances d'Adobe Experience Cloud, qui aideront les entreprises à mieux cerner les parcours des clients sur ces différents canaux. Il s'agit notamment de [fonctionnalités de streaming audio récemment dévoilées](#) qui, pour la première fois, permettront aux marques de comprendre l'interaction des clients avec les contenus audio en ligne et hors ligne, grâce à l'analyse des comportements d'écoute, de la qualité de diffusion et des opportunités de monétisation.
- **Augmentation de la vélocité du contenu** : les grandes expériences commencent par un contenu de qualité, et les marques actuelles doivent produire, coordonner et personnaliser rapidement et à grande échelle d'énormes volumes de contenu. À Londres aujourd'hui, Adobe présentera de nouvelles fonctionnalités optimisées par l'IA dans Adobe Experience Manager, au nombre desquelles la découverte intelligente de contenus visuels, qui permet d'adapter ces derniers à différents écrans et de les personnaliser automatiquement. En outre, la prise en charge native d'Experience Manager à partir des applications Creative Cloud (qui permet aux designers d'accéder à des outils de création d'expériences directement depuis des applications comme Photoshop, par exemple) unifiera pour la première fois les workflows de création et de marketing.
- **Simplification du travail des marketeurs** : en conclusion de l'inauguration du Summit aujourd'hui, Abhay Parasnis, Chief Technology Officer d'Adobe, parlera des nouveaux développements de Sensei, le moteur d'intelligence artificielle et de machine learning d'Adobe, qui réinventeront la diffusion d'expériences client grâce à l'analyse des données et à une meilleure compréhension du contenu et du design. Le public découvrira également en exclusivité les futures avancées technologiques d'Adobe, avec une démonstration du nouvel outil révolutionnaire Sensei Agent & Graph qui, par une interaction naturelle avec le langage et la voix, permet aux marketeurs de passer à la vitesse supérieure en facilitant considérablement leur travail.

Présentation d'Adobe Experience League

La technologie, aussi puissante soit-elle, ne suffit pas à elle seule à transformer une entreprise. Aujourd'hui, Adobe annonce le déploiement européen d'[Adobe Experience League](#), un nouveau programme d'accompagnement qui offre aux clients un apprentissage guidé pour les aider à tirer pleinement parti d'Adobe Experience Cloud. Experience League fournit des supports de formation et une assistance individuelle dispensée par des experts, tout en donnant accès à une communauté de professionnels.

Dans le cadre de son offre Experience League, Adobe présente également son **Experience Index** pour l'Europe, une étude qui permet aux marques de déterminer leurs performances en tant qu'entreprises créatrices d'expériences. Dans sa première mouture, l'indice aidera les marques à cerner les attentes actuelles des clients en Europe, leur évolution et les prévisions possibles. Consultez les premiers résultats de l'étude [ici](#).

Présentation des « Sneaks » d'Adobe

Cette semaine, Adobe présentera également en avant-première les technologies mises au point par ses laboratoires R&D, dont un certain nombre d'innovations reposent sur Sensei, dans le cadre de la présentation annuelle de ses « Sneaks ». Animées par le comédien britannique Rob Brydon, ces sessions offrent au public du Summit une vision passionnante — et divertissante — de l'avenir. Les ateliers-découverte font traditionnellement partie des temps forts du Summit, et il n'est pas rare de retrouver ensuite les nouveautés préférées du public parmi les offres de produits Adobe.

Pour plus d'informations sur l'Adobe Summit EMEA, rendez-vous sur la page <https://blogs.adobe.com/digitaleurope/fr/>. Suivez aussi la discussion sur les réseaux sociaux avec le hashtag #AdobeSummit.

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/>.

###