



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

ALERTE PRESSE

Adobe Advertising Cloud met la technologie Adobe Sensei au profit du Search Engine Advertising (SEA)

La nouvelle interface et les fonctionnalités intelligentes basées sur Adobe Sensei d'Advertising Cloud permettent d'accroître le retour sur investissement des annonceurs

Paris, France — 09 mars 2018 — Les spécialistes du référencement rencontrent de plus en plus de difficultés à planifier et optimiser leurs campagnes. Une campagne de Search Engine Advertising (SEA) type s'appuie sur plusieurs milliards de données et de décisions — des milliers de mots-clés couvrant une multitude de paramètres de ciblage comme l'audience, le terminal, la zone géographique, l'heure, etc. Aucun être humain n'est en mesure d'analyser seul toutes ces données et de prendre des décisions optimales en matière d'allocation de budget et d'optimisation d'enchère pour obtenir les meilleurs résultats possibles.

Pour remédier à ces difficultés, Adobe (Nasdaq : ADBE) annonce le tout nouveau Adobe Advertising Cloud Search, intégrant des workflows simplifiés, un point d'accès unique aux données et de l'intelligence artificielle (IA). Composant d'Adobe Experience Cloud, il permet de faire gagner du temps aux annonceurs et à accroître leur retour sur investissement.

Adobe Advertising Cloud Search simplifie l'utilisation du ciblage des audiences pour les campagnes de Search. Cette avancée, qui associe les audiences d'une plateforme technologique marketing sophistiquée — Adobe Experience Cloud — à l'IA et au machine learning en vue d'augmenter le ROI des annonceurs, est une première sur le marché. Pour « piloter » ces nouvelles fonctionnalités, Adobe utilise [Adobe Sensei](#), son framework d'intelligence artificielle et de machine learning. Avec les indicateurs d'interaction ultraprécis d'Adobe Analytics et les audiences immédiatement disponibles d'Adobe Audience Manager et d'Adobe Campaign, Adobe Advertising Cloud Search s'appuie sur Adobe Campaign KPI Optimization pour éclairer les décisions en matière de priorisation des enchères, de simulation et de prévision.

Adobe Advertising Cloud Search intègre également une nouvelle interface, spécialement conçue pour garantir la fluidité et rationaliser les workflows. Parmi les nouveautés figure notamment une série de fonctions de modification en masse permettant, entre autres, de copier-coller directement du contenu depuis l'interface dans Excel, et inversement, avec application immédiate des modifications. Pour optimiser la gestion des campagnes, les annonceurs bénéficient par ailleurs d'outils rapides pour rechercher, parcourir et organiser les campagnes complexes. Enfin, des colonnes et des filtres de reporting personnalisés simplifient l'analyse des données pour accélérer la prise de décision.

Dans le cadre de l'optimisation des campagnes, Adobe Sensei repère les écarts entre les performances modélisées et les performances réelles, et ajuste automatiquement les enchères de mots-clés plusieurs fois par jour afin de

maximiser les revenus. Adobe Advertising Cloud Search offre ce degré d'optimisation avec un niveau de transparence surpassant celui de toutes les autres plateformes de référencement. Les annonceurs bénéficient d'une visibilité complète sur les modèles prévisionnels et leur degré de précision, avec des rapports dans lesquels ils peuvent à tout moment explorer et comprendre les modèles de clics, de coûts et de revenus.

« Le référencement de nouvelle génération s'articulera autour de données de meilleure qualité, d'une science des données avancée et d'une transparence accrue », souligne Justin Merickel, VP, Adobe Advertising Cloud. « Adobe Advertising Cloud Search remplit cette mission et amplifie les capacités humaines par le biais d'une automatisation renforcée. »

« Nous sommes impressionnés par le niveau de performance que nous avons atteint grâce à Adobe Advertising Cloud Search », confie Adam Allamar, Senior Director, Digital Marketing – Digital Acquisition, Barclays. « Les avantages de l'IA et du machine learning dans l'optimisation des enchères, les prévisions et l'allocation des budgets médias sont immédiatement perceptibles. »

Découvrez plus en détail [Adobe Advertising Cloud Search](#).

À propos d'Adobe Advertising Cloud

Adobe Advertising Cloud est la première plateforme indépendante du marché à gérer de bout en bout la publicité TV traditionnelle et les formats digitaux. 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, Adobe Advertising Cloud 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 révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus d'informations, consultez le site <http://www.adobe.com/fr/>.

###

© 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.