

Contacts Presse

Paul Grand
Elan Edelman
+33 (0) 6 29 60 29 80
Paul.grand@elanedelman.com

Adobe Summit 2019 : façonner l'avenir du CXM

Adobe dévoile Adobe Commerce Cloud, Marketo Engage, Adobe Experience Platform ; annonce des nouveautés à travers Adobe Experience Cloud ; ainsi que des partenariats stratégiques avec Microsoft, LinkedIn et ServiceNow

LAS VEGAS – 26 mars 2019 – Adobe (Nasdaq:ADBE) a donné ce jour le coup d'envoi de l'Adobe Summit 2019, le plus grand événement mondiale dédié à l'expérience client. La transformation digitale est un passage obligatoire pour toutes les entreprises, et des milliers d'entre elles s'appuie quotidiennement sur Adobe Experience Cloud pour gérer chaque étape du parcours client. À cette occasion, Adobe dévoile des innovations et de nouvelles intégrations avec Adobe Experience Cloud, notamment le lancement d'Adobe Commerce Cloud et de Marketo Engage, ainsi que la disponibilité d'Adobe Experience Platform. L'événement accueillera des leaders de la transformation digitale, notamment Satya Nadella, CEO de Microsoft ; Hubert Joly, CEO de Best Buy ; Dan Rosensweig, CEO de Chegg ; Atticus Tysen, CIO d'Intuit et Susan Johnson, CMO de SunTrust Bank. Adobe en profite également pour annoncer des partenariats stratégiques avec ServiceNow, Microsoft et LinkedIn afin d'accélérer le CXM (Customer Experience Management, ou Gestion de l'expérience client) dans les entreprises.

« Le CXM facilite la transformation digitale des entreprises et Adobe en est le chef de file avec des innovations continues au sein d'Adobe Experience Cloud et au travers de partenariats stratégiques avec ServiceNow, Microsoft, LinkedIn et SAP », déclare Shantanu Narayen, président et CEO d'Adobe. « Adobe annonce ce jour des innovations majeures dans Adobe Experience Cloud, notamment le lancement d'Adobe Commerce Cloud et de Marketo Engage, ainsi que la disponibilité d'Adobe Experience Platform. »

Des innovations pour Adobe Experience Cloud

Adobe présente ce jour comment Adobe Experience Cloud, avec le concours d'Adobe Experience Platform, intègre les workflows entre les solutions et injecte de l'intelligence en temps réel grâce à Adobe Sensei. Ces innovations simplifient encore davantage la création, la diffusion et l'optimisation des expériences cross-canal. Adobe Experience Cloud a été massivement adopté par des entreprises de toutes tailles et est utilisé par les plus grandes entreprises du tourisme, des médias et du divertissement, des services financiers, de l'automobile et des télécommunications.

Adobe annonce ce jour la disponibilité d'**Adobe Experience Platform**. Fédérant les données de toute l'entreprise, cette plateforme ouverte et extensible permet de créer des profils clients en temps réel en tirant parti d'Adobe Sensei, le framework d'intelligence artificielle (IA) et de machine learning d'Adobe. Adobe Experience Platform active du contenu sur la base de ces profils pour diffuser en temps réel des expériences riches et pertinentes. La plateforme s'adosse à l'écosystème mondial de l'entreprise, qui compte désormais 13 000 agences et partenaires technologiques et solutions, ainsi que plus de 300 000 développeurs.

Adobe Analytics Cloud, le principal moteur d'intelligence et d'activation du CXM, a été enrichi de fonctionnalités pour fournir, au moment opportun, des informations précises sur le comportement client cross-canal, tout en permettant une segmentation d'audience intuitive et automatisée. L'association d'Adobe Audience Manager et d'Adobe Experience Platform offre désormais une plateforme de gestion des données clients (CDP ou Customer Data Platform) en temps réel qui rassemble données anonymes et authentifiées pour activer des profils clients en temps réels sur différents canaux tout au long du parcours client. Couplé à Adobe Experience Platform, Adobe Analytics permet aux marques d'interpréter autrement les enseignements tirés des données en ligne et hors ligne en temps réel. Le nouveau service Journey.ai permet d'orchestrer l'intégralité du parcours client pour cibler les bonnes personnes au bon moment. Et l'intégration plus étroite avec Adobe Advertising Cloud contribue à unifier les solutions disparates de gestion des données et d'inventaire, ce qui élimine les silos de médias et garantit l'alignement des initiatives marketing et publicitaires. Sans compter qu'Adobe Analytics [intègre désormais des tableaux de bord commerciaux d'Adobe Commerce Cloud](#).

Adobe Marketing Cloud, qui constitue la base indispensable à l'optimisation du contenu, à l'interaction avec son audience et à la personnalisation des expériences pour l'orchestration du parcours cross-canal, inclut désormais Marketo Engage, la solution

d'automatisation du marketing B2B de référence sur le marché. Les premières intégrations permettront aux spécialistes du marketing d'extraire ou de modifier aisément du contenu d'Adobe Experience Manager ou Adobe Creative Cloud, et de créer automatiquement des listes de cibles pour cerner la meilleure action B2B à entreprendre (Marketo Engage). D'autres innovations Adobe Marketing Cloud optimisent la vélocité du contenu grâce à des fonctionnalités supplémentaires de diffusion automatisée de notifications push personnalisées (Adobe Campaign), à un nouveau moteur de recommandation intelligente de contenu (Adobe Experience Manager et Adobe Target) et à des outils de recadrage automatique de vidéos (Adobe Experience Manager).

Adobe Advertising Cloud donne aux marques tout ce dont elles ont besoin pour planifier, acheter, mesurer et optimiser des campagnes publicitaires. Adobe Advertising Cloud s'enrichit de fonctionnalités pour unifier et automatiser les campagnes publicitaires cross-canal, y compris toutes les formes de vidéos, le tout avec un maximum de sécurité pour la marque. **Adobe Advertising Cloud** s'intégrant désormais avec Roku, les clients peuvent exploiter des données de premier niveau (segments d'audience d'une marque collectés par les équipes marketing et publicitaires via Adobe Analytics Cloud) pour cibler les audiences sur l'offre OTT télévisuelle de Roku.

Reposant sur Magento Commerce et tirant parti d'un réseau de plus de 300 000 développeurs, **Adobe Commerce Cloud** offre une solution complète pour optimiser l'expérience client et les transactions, grâce à une plateforme de commerce intégrée et entièrement gérée, qui englobe tous les points de vente (physiques, digitaux et virtuels). Les intégrations natives avec Adobe Experience Cloud, notamment Adobe Analytics et Adobe Experience Manager, et les nouvelles fonctionnalités d'intelligence optimisées par Adobe Sensei donnent accès à de précieuses informations dans des tableaux de bord commerciaux et permettent de diffuser en temps réel des expériences d'achat attrayantes ([en savoir plus](#)).

Nouveaux partenariats

Adobe et ServiceNow annoncent la conclusion d'un partenariat qui permettra aux intégrations entre Adobe Experience Platform et ServiceNow Platform d'étayer les profils d'Adobe en temps réel avec les données de support client de ServiceNow. Les entreprises pourront ainsi bénéficier d'une vue plus complète des clients tout au long de leur parcours digital — de l'acquisition à la prestation de services. De plus, les solutions Adobe Experience Cloud s'intégreront avec ServiceNow Platform, y compris les solutions de gestion de service client (CSM ou Customer Service Management) du partenaire. Ensemble, Adobe et ServiceNow permettront à leurs clients mutuels d'intégrer et d'exploiter des workflows digitaux, des catalogues de services, ainsi que des fonctionnalités de gestion intelligente du contenu et de la connaissance client.

Le partenariat d'Adobe avec **Microsoft** et **LinkedIn** permettra de créer des Account-Based Experiences (ABX) grâce à des intégrations de données et des fonctionnalités inédites pour les équipes de ventes et marketing. En alignant les sources de données clés pour alimenter les profils d'ABM, les partenaires donnent aux spécialistes du marketing B2B les moyens d'identifier, de cerner et de mobiliser aisément les équipes d'achat de leurs clients. Ce partenariat donnera lieu à une expérience plus personnalisée au niveau du compte et de l'individu sur les plateformes de ventes et marketing stratégiques comme LinkedIn.

Adobe Sensei

Adobe dévoile la prochaine évolution d'Adobe Sensei, étroitement intégrée avec les solutions Adobe Experience Cloud, qui permettra de tirer des enseignements plus précis, et facilitera la prise de décisions en temps réel ainsi que des workflows plus intelligents. Avec le lancement d'Adobe Experience Platform, les [nouveaux services d'IA](#) (disponibles en version bêta) apportent la couche d'intelligence nécessaire pour marier données et contenu, de sorte que les marques puissent diffuser systématiquement le bon message, au bon moment et sur le bon canal. Les fonctionnalités d'Adobe Sensei sont désormais accessibles à toutes les entreprises.

Adobe Sneaks

Adobe présentera en avant-première les innovations technologiques de ses laboratoires R&D lors des « Adobe Sneaks ». Animées par l'actrice et productrice Mindy Kaling, le public découvrira une vision passionnante — et divertissante — de l'avenir. Les sessions prospectives font traditionnellement partie des temps forts du Summit, et il n'est pas rare de retrouver ensuite les nouveautés préférées du public dans les offres de produits.

Novateurs. Agitateurs. Créateurs d'expériences.

L'actrice oscarisée et productrice Reese Witherspoon, qui est aussi la fondatrice de Draper James, ainsi que le joueur de football américain Drew Brees, qui évolue au poste de quarterback pour les Saints de La Nouvelle-Orléans, prendront la parole pour expliquer comment ils ont contribué à transformer leurs secteurs respectifs. Auront également lieu les cérémonies de remise des prix aux finalistes des Adobe Experience Maker Awards et Marketo Revvie Awards, deux récompenses qui mettent à l'honneur les meilleures marques créatrices d'expériences au monde.



À propos d'Adobe

Adobe révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus d'informations, consultez le site www.adobe.com/fr.

###

© 2019 Adobe. Tous droits réservés. Adobe et le logo Adobe sont des marques ou des marques déposées d'Adobe aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Toutes les autres marques citées sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.