



Contacts presse

Manon Sanchez & Tania Gay

Edelman

manon.sanchez@edelman.com - tania.gay@edelman.com

Adobe Experience Cloud offre désormais la personnalisation en temps réel à des milliers de marques internationales

Adobe Experience Platform, la seule plateforme ouverte et extensible du marché, offre aux grandes entreprises une personnalisation en temps réel et à grande échelle.

Paris, France — 27 avril 2021 - À l'occasion d'Adobe Summit 2021, Adobe annonce aujourd'hui sa collaboration avec de grandes marques telles que ServiceNow, Panera Bread, The Home Depot, The Coca-Cola Company, Sony Interactive Entertainment et Hilton, qui s'appuient sur Adobe Experience Platform pour alimenter leur stratégie en matière d'expérience. À l'ère de l'économie numérique, alors que les volumes de données ne cessent de croître, les entreprises continuent d'accélérer leurs investissements afin d'offrir une expérience client unique, basée sur les données.

Adobe Experience Platform, la seule plateforme d'entreprise ouverte et extensible du marché, permet aux marques d'unifier les données en temps réel, en pilotant l'intelligence client et la personnalisation. Les marques peuvent ainsi créer des profils clients plus complets, visualiser l'ensemble du parcours client et utiliser l'IA et le Machine Learning afin de proposer des expériences personnalisées optimisées. Adobe Experience Platform gère désormais plus de 17 trillions d'évaluations de segments en moyenne chaque jour.

"En l'espace d'un an, les entreprises ont été contraintes de se digitaliser", a déclaré Anil Chakravarthy, executive vice president and general manager, Digital Experience Business and Worldwide Field Operations, Adobe. "Adobe Experience Platform est la seule plateforme à destination des entreprises qui centralise le contenu, les données et l'IA pour faire de la gestion de l'expérience client une réalité."

"Investir dans une technologie d'expérience client, telle qu'Adobe Experience Platform, représente aujourd'hui un impératif pour une marque qui souhaite se développer et évoluer sur le plan numérique", a déclaré David Wallace, directeur de recherche, Customer Intelligence and Analytics pour IDC. "Alors que les marques sont aujourd'hui à la recherche du meilleur partenaire pour les accompagner dans leur transformation numérique, il est crucial de prioriser la gestion des données client. Sans elle, offrir des expériences client convaincantes et personnalisées en temps réel serait presque impossible."

Momentum des clients d'Adobe Experience Platform :

- **ServiceNow** a investi dans Adobe Experience Platform pour offrir une meilleure expérience client auprès de ses clients B2B. Adobe Experience Platform contribue à créer une vision plus complète du client en rassemblant des ensembles de données disparates. Elle permet aux équipes de mieux cerner et comprendre leur client et leurs attentes et de créer des parcours client adéquats. ServiceNow offre ainsi des expériences

attractives et des interactions pertinentes auprès de ses 7 000 entreprises clientes à chaque point de contact, notamment en visitant ServiceNow.com et en envoyant des e-mails personnalisés.

- **Panera Bread** a offert de nouveaux services pendant la pandémie, notamment des services d'épicerie, de livraison sans contact et a lancé une initiative pour la lutte contre la faim. À l'heure de la reprise économique, Panera Bread redéfinit la restauration rapide. Panera utilise Adobe Experience Platform pour activer les données et tenir sa promesse d'une personnalisation en temps réel à l'échelle de millions de clients. Il s'agit notamment de connaître avec précision le parcours omnicanal de ses clients, à travers le site web de Panera, l'application mobile, les kiosques en magasin et les canaux marketing tels que les e-mails. Le tout en intégrant un programme de fidélisation fort de plus de 40 millions de membres.
- **BJ's Wholesale Club**, l'un des principaux opérateurs d'entrepôts de l'est des États-Unis a décidé d'offrir un parcours cohérent à ses membres et ce, sur tous les points de contact. En 2020, BJ's a acquis des nouveaux membres à un niveau record et va poursuivre sur cette lancée en utilisant des informations en temps réel pour créer une expérience d'achat améliorée avec un contenu personnalisé.
- **EY** collabore avec Adobe pour implémenter une plateforme de données client nouvelle génération, qui redéfinit les expériences numériques de ses clients internationaux. La combinaison d'Adobe Experience Platform et des connaissances des équipes de conseil d'EY permet ainsi d'unir des données provenant de sources multiples (email, CRM...) afin de créer une vue unifiée et complète du client, tant au niveau de l'individu que de son compte, afin de proposer des expériences convaincantes et personnalisées à chaque étape du parcours client.
- **TSB Bank**, au Royaume-Uni, s'associe à Adobe pour étayer de nouveaux services numériques destinés à aider les clients et les PME à mieux naviguer et gérer leurs finances. Grâce à Adobe Experience Platform, TSB Bank peut identifier la meilleure façon d'aider ses clients à un niveau individuel via leurs canaux préférés (en ligne, mobile, téléphone ou en agence). Il s'agit notamment de mettre en place des prélèvements automatiques pour gérer les facturations ou de guider un nouveau client tout au long du processus d'intégration. Avec 7,5 millions de profils personnels et professionnels accessibles sur la plateforme centrale de TSB, la banque peut désormais agir sur les données en temps réel pour mieux servir ses clients.
- **Henkel**, leader mondial dans l'industrie de la cosmétique, de la lessive et de la maison, ainsi que des technologies adhésives, avec des marques telles que Schwarzkopf, Persil et Loctite, a conclu un partenariat stratégique avec Adobe afin de stimuler le e-commerce et de développer conjointement des innovations commerciales numériques. Henkel s'appuiera sur Adobe Experience Platform pour un large éventail de modèles commerciaux D2C, B2C et B2B afin d'offrir aux consommateurs et aux clients une expérience premium et personnalisée sur tous les canaux en ligne et hors ligne.

D'autres marques telles que Change Healthcare, DXC, T. Rowe Price, Thermo Fisher Scientific, Pitney Bowes, Relevent Sports, Signify, Sisal, Stena Line, Tourism Australia et Tabcorp s'appuient également sur les applications et services d'Adobe Experience Platform.

À propos d'Adobe :

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