



Contacts Presse

Adobe & Edelman

Sylvie Ung & Manon Sanchez

ung@adobe.com & manon.sanchez@edelman.com

Real-Time Customer Data Platform d'Adobe : personnaliser l'expérience client des marques de l'économie numérique

- Des innovations qui utilisent les données en temps réel pour personnaliser l'expérience de millions de clients en quelques millisecondes.
- Adoption généralisée d'Adobe Real-Time CDP par de grandes entreprises, dont The Coca-Cola Company, Nike, General Motors et Real Madrid.
- Adobe traite plus d'un pétaoctet de données en moyenne chaque jour.

PARIS, France — 15 mars 2022 — A [Adobe Summit, l'événement dédié à l'expérience numérique](#), Adobe (Nasdaq:ADBE) a annoncé de nouveaux clients et plusieurs innovations pour sa Real-Time CDP (Real-Time Customer Data Platform). Les grandes entreprises mondiales ont fait leur choix : Adobe Real-Time CDP est désormais utilisée dans divers secteurs d'activité : le retail, la santé, les services financiers, la high tech, les médias et le divertissement. Les innovations dévoilées à l'occasion de cette édition 2022 confèrent à la plateforme encore plus de puissance, grâce à de nouvelles fonctionnalités conçues pour maximiser le potentiel des données client des entreprises. Parmi les grands noms qui font aujourd'hui confiance à Adobe figurent la Major League Baseball™, The Coca-Cola Company, Coles, General Motors, Dick's Sporting Goods, EY, Panera Bread, T.Rowe Price, ServiceNow, TSB Bank, Real Madrid et Suncorp.

« Afin de répondre aux attentes nouvelles des clients dans cette économie numérique, les marques doivent faire évoluer leur stratégie de données et de personnalisation », explique Amit Ahuja, senior vice president, Adobe Experience Cloud platform and products, Adobe. « L'adoption de notre Real-Time CDP par nos clients démontre à quel point les données client en temps réel et l'étroite intégration avec Adobe Experience Cloud sont essentielles pour déployer des expériences numériques puissantes et personnalisées. »

Avec [Adobe Real-Time CDP](#), les entreprises peuvent visualiser et gérer des profils client qui s'actualisent en temps réel et activer les insights client dans les [applications Adobe Experience Cloud](#) tout au long du parcours.

« Adobe Real-Time CDP est une plateforme de gestion des données client de référence. Elle permet de créer des profils unifiés, utilisés pour personnaliser le parcours client et ainsi renforcer la fidélité et la confiance, indique Mila D'Antonio,

principal analyst, Omdia's Business Platforms and Applications. Son adoption généralisée à travers différentes industries va permettre aux marques d'offrir des expériences pertinentes en temps réel à des millions de clients instantanément. »

Nouvelles fonctionnalités de Real-time CDP pour booster l'expérience client de nouvelle génération

Adobe continue à transformer la manière dont les marques interagissent avec leurs audiences en proposant de nouvelles fonctionnalités pour Real-time CDP, telles que la collecte, l'enrichissement et la distribution à grande échelle des données. Adobe pilote les données en temps réel avec plus de 24 000 milliards de segments ciblés évalués et plus d'un pétaoctet de données traitées chaque jour. Parmi ces innovations :

- **Personnalisation instantanée avec Adobe Target** : avec [Adobe Target](#), les insights client sont activés en un temps record. L'intégration de Real-Time CDP avec Adobe Target permet d'exploiter des profils client complets, combinant des données issues de canaux en ligne et hors ligne, pour optimiser les expériences. Les données d'interaction numériques sont collectées et rattachées à un profil client qui devient alors éligible pour un segment d'audience et du contenu personnalisé, le tout en quelques millisecondes. Les informations sur les clients peuvent alors être analysées et transformées en expériences personnalisées sur les sites web et les applications mobiles en un clin d'œil.
- **Implémentation du consentement et des préférences marketing** : pour déployer des expériences client personnalisées qui inspirent confiance, les marques doivent collecter, activer et stocker en toute sécurité les informations sur les clients et les données relatives aux consentements. Intégrée à [Adobe Experience Platform](#), la plateforme de gestion du consentement OneTrust permet de créer des profils unifiés, qui incluent ces données de consentement et de préférence. Celles-ci sont directement chargées dans Real-Time CDP grâce à l'intégration directe avec OneTrust, afin d'appliquer facilement les consentements et les préférences des clients, et d'en extraire des insights clés pour offrir des expériences plus respectueuses de la vie privée.
- **Connections avec la Real-Time CDP** : la collecte, l'enrichissement et la distribution des données client sont simplifiés grâce à une implémentation rapide et « low code » qui accélère les bénéfices de la personnalisation en temps réel basée sur le comportement. Real-Time CDP Connections assure des performances en temps réel grâce aux serveurs distribués géographiquement d'Adobe Experience Platform Edge Network, qui garantissent une distribution rapide et hautement fidèle des données et offrent la possibilité aux entreprises d'envoyer des données des serveurs Adobe vers des destinations Adobe et autres.
- **Intelligence B2B** : grâce à [Adobe Sensei](#), le moteur d'Intelligence Artificielle d'Adobe, les entreprises sont en mesure de déployer des actions marketing et des expériences personnalisées à grande échelle. La version B2B d'Adobe Real-Time CDP leur offre des capacités d'intelligence prédictive sur les intentions d'achats, et la nouvelle intégration avec Adobe Marketo Measure leur offre un outil d'attribution des revenus et du pipeline ultra performant.
- **Création de profils client détaillés à partir des données clés d'Adobe Commerce** : pour aider les marques à personnaliser toujours plus l'expérience d'achat, [Adobe Commerce](#) connecte les données transactionnelles, telles que l'historique de navigation et d'achat, à Real-time CDP et à d'autres applications Adobe Experience Cloud. Ainsi, les entreprises peuvent analyser le comportement des clients, créer des profils enrichis et proposer des parcours d'achat personnalisés qui améliorent les ventes, la rétention et la fidélisation. Cette fonctionnalité devrait être disponible au cours du second semestre de l'année.

Une solution à succès auprès de ses clients

De grandes enseignes de différents secteurs utilisent la CDP en temps réel pour personnaliser les expériences à grande échelle :

- **Coles** - Coles, une chaîne de supermarchés et de magasins australienne, s'associe à Adobe pour redéfinir l'expérience d'achat en supermarché. L'objectif de Coles est de devenir le détaillant le plus fiable d'Australie. En mettant en œuvre Real-Time CDP, Coles pourra unifier les données client en une vue unique afin de proposer des expériences d'achat personnalisées conformes aux réglementations sur la confidentialité des données et d'approfondir la relation client.
- **General Motors** - Le leader de l'industrie automobile General Motors (GM) transforme l'avenir de la mobilité personnelle, en engageant 27 milliards de dollars dans le développement de véhicules électriques. Pendant toute la durée de vie du véhicule, les consommateurs s'attendent à des [expériences personnalisées](#) et de grande qualité pour un véhicule dans lequel beaucoup investissent pour la première fois. GM active ses canaux numériques à cet effet et utilise Real-time CDP pour rassembler les données des clients sur plusieurs points de contact afin de personnaliser l'expérience en ligne.
- **Major League Baseball™** - La Major League Baseball redéfinit l'expérience des supporters avec Adobe. Le profil client unifié de Real-Time CDP permettra à MLBTM d'offrir aux supporters une expérience sur mesure. Les fonctionnalités destinées aux supporters peuvent inclure des promotions ou des notifications personnalisées adaptées à chacun d'entre eux.
- **Real Madrid** - Le Real Madrid C.F., géant du sport espagnol, adoptera une approche moderne et innovante de l'engagement des supporters, Adobe Experience Cloud étant au cœur de cette transformation. Les informations relatives aux supporters seront collectées dans Adobe Real-Time CDP, puis activées sur divers canaux numériques afin de fournir aux fans le contenu hautement personnalisé indispensable pour créer un lien, susciter l'enthousiasme et renforcer l'engagement.
- **TSB Bank** - TSB Bank, l'une des principales banques de détail et commerciales du Royaume-Uni, utilise Real-Time CDP pour répondre aux attentes de ses clients de plus en plus sensibles au numérique. La banque dispose ainsi d'une vue unique de chaque client, actualisée en temps réel. Les profils sont ensuite utilisés pour déterminer les meilleures communications à envoyer à chaque client au meilleur moment de son parcours, ce qui accroît son engagement et sa fidélisation.

À propos d'Adobe

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