



Public relations contact  
H+K Strategies  
[adobe.hkparis@hkstrategies.com](mailto:adobe.hkparis@hkstrategies.com)

## Adobe Product Analytics favorise la collaboration entre les équipes marketing et produit

- Adobe Product Analytics fournira des insights précis aux équipes produit directement dans Adobe Experience Cloud.
- Les équipes en charge de l'expérience client peuvent désormais s'appuyer sur des insights marketing et produit pour obtenir une vue unique du client.
- Les fonctionnalités d'analytics des produits s'intègrent nativement à Customer Journey Analytics afin de faciliter la collaboration entre les équipes en charge de l'expérience client.

PARIS — 21 mars 2023 — A l'occasion d'[Adobe Summit](#), the Digital Experience Conference, Adobe dévoile Adobe Product Analytics dans [Adobe Experience Cloud](#). Cette nouvelle solution redéfinit la catégorie de produit analytics en unifiant les insights sur les parcours clients entre les équipes marketing et produit. Pour la première fois, les équipes en charge de l'expérience client peuvent bénéficier d'une vision unifiée du client et collaborer facilement à l'échelle de l'entreprise.

La nécessité pour les équipes produit et marketing de travailler plus étroitement a gagné en importance au cours des dernières années. La croissance générée grâce aux produits dépend en effet de la capacité à analyser les retours des clients et à développer des fonctionnalités rapidement après un lancement. Ensemble, les équipes produit et marketing créeront plus efficacement des stratégies d'engagement, de messages et d'activation de contenu, qui bénéficieront, in fine, à la réputation de la marque.

« Les marques de tous secteurs ont besoin d'une vision plus globale du parcours client, ce qui amène la sphère analytics à couvrir aussi bien le produit que le marketing ou encore l'expérience client, explique Amit Ahuja, Senior Vice President, Adobe Experience Cloud Platform and Products, Adobe. Alors qu'Adobe continue de développer Adobe Experience Cloud, nous lançons Product Analytics pour les équipes produit pour qu'elles bénéficient d'enseignements sur les points de contact en ligne et hors ligne et collaborent étroitement avec les équipes marketing. »

La nouvelle offre d'Adobe pour les équipes produit comprend des fonctionnalités en libre-service qui réduisent les requêtes ad hoc auprès des analystes de données et data scientists, faisant gagner un temps précieux. Il sera possible de générer des insights sur les habitudes et changements en matière d'engagement client, l'évolution de la base de données utilisateurs et de dégager des tendances selon les audiences. Adobe Product Analytics révélera également les points de friction dans l'expérience produit, accélérant les changements nécessaires et affinant les futures roadmaps produit. Les marques pourront rapidement optimiser leurs produits et mesurer l'impact des nouvelles fonctionnalités sur l'engagement selon les canaux.

Basé sur [Adobe Experience Platform](#), Adobe Product Analytics rassemble des insights cross-canal et permet aux équipes d'identifier les opportunités d'engagement ou les points de friction rencontrés par les clients. Avec Adobe Journey Optimizer, les équipes peuvent immédiatement réagir grâce aux insights provenant d'autres points de contact, comme les campagnes de paid media, afin d'identifier ce qui a poussé les utilisateurs à acheter de nouveaux produits et ainsi mettre en place une personnalisation plus ciblée. Boostée par [Adobe Sensei GenAI](#),



Intelligent Captions fait parler la donnée : la fonctionnalité génère des descriptions et des réponses pour répondre aux interrogations soulevées par des données et des enseignements issus d'analyse de cohortes ou d'abandons.

« De par son potentiel pour nos équipes produit de découvrir des informations précises sur nos clients et de collaborer avec d'autres équipes, les nouvelles fonctionnalités proposées par Adobe Product Analytics pour les équipes produit nous enchantent, affirme Lindsey Weaver, Vice President, Global Product Analytics, Warner Bros. Discovery. Avec cette vision unifiée du parcours client, Adobe nous permet de mieux comprendre notre clientèle et d'améliorer les expériences pour tous nos produits de streaming. »

« Dans l'utilisation d'Adobe Customer Journey Analytics, nous apprécions tout particulièrement la possibilité de collaboration entre les équipes produit et les analystes, car elle nous permet de renforcer notre approche orientée données pour développer et optimiser les points de contact, indique Andreas Stucht, Head of E-commerce Analytics, OTTO (GmbH & Co KG). À mesure que nous développons notre leadership en e-commerce, nous générerons de précieux insights grâce à Customer Journey Analytics et nous avons la certitude que les nouvelles fonctionnalités de product analytics nous aideront à travailler de manière plus intégrée. »

#### **À propos d'Adobe**

Adobe révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus d'informations, consultez le site [www.adobe.com/fr](http://www.adobe.com/fr).