

## Contacts presse

Pour toute information complémentaire, contacter :

Agence Burson-Marsteller i&e – 32 rue de Tréville – 75009 Paris

Kenza Remaoun

01.56.03.14.21

[kenza.remaoun@bm.com](mailto:kenza.remaoun@bm.com)

Vincent Darricarrere

01.56.03.12.62

[vincent.darricarrere@bm.com](mailto:vincent.darricarrere@bm.com)

# Les innovations d'Adobe améliorent l'expérience client

**Paris - 19 janvier 2016** - Adobe annonce une série d'innovations d'[Adobe Marketing Cloud](#), destinées à aider les e-commerçants européens à améliorer l'expérience client :

- **Le remarketing par les données** : Pour la première fois, les e-commerçants peuvent mettre les habitudes d'achat en ligne de leurs clients en relation avec des données contextuelles, dans le but de créer et d'envoyer une piqûre de rappel personnalisée — e-mail, notification push ou SMS — afin d'augmenter la probabilité d'achat. À titre d'exemple, si une consommatrice regarde une paire de bottes pendant quelques minutes ou visionne une vidéo sur ces chaussures, le commerçant peut lui adresser un e-mail mettant ce produit en avant et lui proposant une remise. Cette technologie Adobe est la seule qui permette actuellement de relancer les clients par le biais de messages personnalisés en fonction de leurs habitudes d'achat.
- **Notifications push personnalisées** : Les notifications push mobiles s'appuient désormais sur de puissants outils d'analyse et délivrent des messages intuitifs et personnalisés. Avec Adobe Mobile Core Service et Adobe Analytics, les e-commerçants peuvent créer des segments d'audience sophistiqués et susciter l'intérêt des clients à partir de facteurs tels que le comportement d'achat et les préférences utilisateur. Ainsi, une marque de prêt-à-porter peut créer un segment de clients ayant acheté des gants, tout en identifiant le prochain article que ce groupe achète le plus — une écharpe, par exemple. Il est alors possible d'envoyer une notification push annonçant une promotion sur les écharpes aux clients de ce segment qui n'en ont pas encore acheté.
- **Une expérience digitale personnalisée « à shopper »** : L'an dernier, Adobe [lançait le contenu multimédia « shoppable »](#), qui permet aux consommateurs d'« acheter ce qu'ils voient » sur les sites marchands. Aujourd'hui, Adobe présente des nouveautés dans ce domaine, afin d'améliorer l'expérience digitale en boutique et d'offrir un contenu encore plus personnalisé aux clients. D'après notre dernière étude sur les contenus, les consommateurs reconnaissent que les images et les vidéos utilisées sur les canaux en ligne et en magasin doivent être « pertinentes, contextuelles et optimisées » pour retenir leur attention. Les e-commerçants peuvent à présent tester et cibler aisément du contenu interactif en temps réel pour générer des conversions via les terminaux mobiles, les réseaux sociaux et en boutique. Une expérience dynamique et pertinente, en temps réel, est ainsi proposée aux consommateurs sur la base de données telles que leur situation géographique et leur historique d'achats.
- **Shopping: quand le e-commerce rejoint l'achat physique** : Adobe étend actuellement les [fonctionnalités d'Adobe Experience Manager Screens](#) au contenu « à shopper » pour permettre aux e-commerçants d'interpeler les clients chez eux, en situation de mobilité ou en boutique. Par exemple, les bannières que les consommateurs ont désormais l'habitude de voir en ligne, chez eux comme sur les terminaux mobiles, peuvent être diffusées sur grand écran en magasin, et les clients peuvent interagir avec ce contenu pour effectuer des achats.

Parallèlement à ces innovations, le rapport Adobe Digital Index montre qu'en France, les ventes en ligne ont battu des records à Noël dernier, avec 14,94 milliards d'euros\* d'achats en ligne entre novembre et décembre. 23 % de ces achats ont été effectués sur un smartphone ou une tablette. Les dépenses en ligne au moment des fêtes ont progressé de 12 % par rapport à l'année dernière. Pour les cybermarchands, cette augmentation de la confiance des consommateurs crée des débouchés qui vont bien au-delà de la période des fêtes.

Selon Vijayanta Gupta, Head of Product and Industry Marketing chez Adobe, « dans l'univers ultra-concurrentiel du commerce en ligne, il ne suffit pas de proposer une expérience digitale ordinaire. Les clients attendent sur la totalité des points de contact une expérience continue et cohérente, qui soit personnalisée de façon pertinente. Grâce à ces dernières innovations, les e-commerçants peuvent proposer des contenus contextuels attrayants, que ce soit en boutique, en ligne ou sur les terminaux mobiles. Cet avantage concurrentiel est déterminant pour fidéliser les clients et générer des ventes essentielles ».

###

#### **À propos d'Adobe Digital Index**

Adobe Digital Index publie des études sur le marketing digital et d'autres sujets susceptibles d'intéresser les responsables senior du marketing et du commerce électronique dans de multiples secteurs d'activité. Ces études s'appuient sur l'analyse de données sélectives, anonymes et agrégées de plus de 4 500 entreprises à travers le monde, qui utilisent Adobe Marketing Cloud pour collecter des données exploitables et analyser l'activité sur leurs sites web. La marge d'erreur de l'étude « 2015 Online Shopping Forecast » est de 3 % avec un intervalle de confiance de 90 %.

#### **À propos d'Adobe Marketing Cloud**

Adobe Marketing Cloud permet aux entreprises de se servir des Big Data pour s'adresser à leurs clients et prospects, et interagir efficacement avec eux via un contenu marketing ultra-personnalisé, sur l'ensemble des équipements et points de contact numériques. Huit solutions étroitement intégrées offrent aux professionnels du marketing un ensemble très complet de technologies marketing axées sur l'analyse, la gestion de l'expérience web et applicative, les tests et le ciblage, la publicité, les vidéos, la gestion d'audience, les interactions sociales et l'orchestration des campagnes. Le lien avec Adobe Creative Cloud facilite l'activation rapide de contenus sur la totalité des canaux marketing. Plusieurs milliers d'entreprises à travers le monde, dont les deux-tiers de celles figurant au classement Fortune 50, font confiance à Adobe Marketing Cloud.

#### **À propos d'Adobe Systems Incorporated**

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).

\* Montant converti à partir de 27,39 dollars américains sur un [convertisseur de devises](#) en ligne.