

Contacts Presse

Pour toute information complémentaire, contacter :

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

Kenza Remaoun

01.56.03.14.21

kenza.remaoun@bm.com

Vincent Darricarrere

01.56.03.12.62

vincent.darricarrere@bm.com

Adobe annonce un réseau coopératif cross-device pour permettre le marketing personnalisé

Las Vegas, (États-Unis), le 22 mars 2016 — Ce sont les gens qui achètent les produits, pas les équipements. Le ciblage marketing des individus - d'un équipement à l'autre, du bureau à la maison, en passant par les transports en commun - représente un véritable défi lancé aux marques depuis quelques années. Le ciblage de l'équipement, et non du consommateur, a ainsi longtemps été la norme.

À l'Adobe Summit, Adobe (Nasdaq : ADBE) dévoile Adobe Marketing Cloud Device Co-op, un réseau qui permettra aux plus grandes enseignes mondiales de collaborer pour mieux identifier les consommateurs sur l'ensemble des points de contact numériques, tout en garantissant un niveau de confidentialité et de transparence hors pair. Grâce à ce réseau coopératif, les enseignes participantes seront en mesure d'identifier leurs clients et pourront ainsi personnaliser à grande échelle les expériences qui leur sont destinées sur l'ensemble des équipements et des applications. D'après les premières estimations, le réseau Adobe Co-op pourrait relier jusqu'à 1,2 milliard d'équipements, accessibles par ses membres aux quatre coins du monde.

À l'heure actuelle, les initiatives de marketing digital, polarisées sur les adresses IP et les cookies, n'ont pas réussi à établir de liens authentiques et éclairés, avec le consommateur. Selon [l'étude « Get Personal »](#), dont le rapport est publié ce jour par Adobe, près de huit consommateurs sur dix (79 %) et 90 % des utilisateurs de la génération Y déclarent changer parfois d'équipement au cours d'une activité. Deux tiers (66 %) des possesseurs d'équipements jugent frustrant que le contenu ne soit pas synchronisé sur l'ensemble des appareils.* Avec Co-op, le marketing axé sur l'individu, et non sur les équipements, deviendra une réalité. Jusqu'à présent, seules les grandes marques telles que Google et Facebook, qui disposent d'un grand nombre d'utilisateurs régulièrement connectés à leurs écosystèmes, pouvaient suivre les consommateurs d'un équipement à l'autre.

Via le réseau Co-op, les enseignes membres pourront offrir à leurs clients des contenus plus cohérents et de meilleure qualité lorsqu'ils changent d'équipement, en établissant des liens au sein d'un groupe d'appareils utilisés par des individus ou ménages anonymes. Forts de ce nouvel outil, les spécialistes marketing seront à même de mieux appréhender les comportements des consommateurs sur l'ensemble des équipements, et de mieux y répondre. Les données sur les interactions avec les sites web seront plus précises, le contenu plus personnalisé et les expériences publicitaires mieux ciblées sur les moteurs de recherche, le « display » et les réseaux sociaux.

« Le réseau Adobe Marketing Cloud Device Co-op permettra aux enseignes d'interagir intelligemment avec les consommateurs sur tous leurs équipements », explique Amit Ahuja, Vice President et General Manager, Data Management, chez Adobe. « Les membres du réseau Co-op pourront bénéficier d'un véritable écosystème ouvert et d'une large base d'appareils pour transformer le marketing orienté équipement d'hier en marketing orienté utilisateur. »

« La compréhension fine de l'identité du client est en train de devenir une caractéristique déterminante de la publicité et du marketing digital », souligne Scott Denne, Research, 451 Research Analyst. « Sans une compréhension préalable des liens entre les appareils, les spécialistes marketing ne parviendront pas à comprendre leurs clients ni à mesurer la portée et l'impact des campagnes. En leur permettant d'identifier les consommateurs sur l'ensemble des points de contact numériques, le réseau Adobe Marketing Cloud Device Co-op aidera les spécialistes marketing à diffuser des expériences plus personnalisées sur tous les équipements. »

Principes de fonctionnement

Les membres du réseau Co-op octroieront à Adobe un accès aux identifiants de connexion, avec hachage cryptographique, et aux données d'en-tête HTTP : l'identité du client sera ainsi entièrement masquée. À partir de ces données, Adobe créera des groupes (ou « clusters ») d'équipements utilisés par un individu ou un ménage anonyme. Ces groupes seront ensuite incorporés dans les solutions de marketing digital d'Adobe pour permettre aux membres du réseau Co-op de mesurer, segmenter et cibler directement les individus sur l'ensemble de leurs équipements.

Les consommateurs bénéficieront d'expériences véritablement personnalisées avec la marque sur la totalité de leurs points de contact numériques. Prenons un exemple : Samantha souhaite réserver un séjour à San Francisco auprès de l'agence de voyage Acme. Elle recherche des hôtels sur sa tablette via l'application Acme. Sa date d'arrivée est le 1er mai. Plus tard dans la journée, elle réserve une chambre non remboursable sur son ordinateur portable via le site web d'Acme. Actuellement, la plupart des enseignes continueraient de lui envoyer des publicités pour des chambres d'hôtel sans avoir connaissance de sa réservation. Ce qui finirait par l'agacer. En participant au réseau Co-op, Acme pourrait instantanément stopper la diffusion de publicités pour des chambres d'hôtel auprès de Samantha, au profit d'annonces pour des prestations de spa, des surclassements de chambre, des remises dans des restaurants, des billets pour une excursion sur l'île d'Alcatraz par exemple, etc.

Tout ceci sera possible sans divulguer l'identité de l'utilisateur. Co-op ne partagera aucune donnée personnelle — nom, e-mail ou numéro de téléphone — entre ses membres. Les contrôles de confidentialité applicables aux consommateurs iront au-delà des exigences sectorielles. Aucune donnée, personnelle ou relative aux visites sur leur site, ne sera communiquée entre membres du réseau Co-op, ce qui résout une problématique de confidentialité clé généralement liée aux technologies *cross-device*.

Le réseau Co-op offrira une transparence sans précédent en donnant aux consommateurs des informations sur les enseignes participantes ainsi que sur tous les équipements associés à celui en cours d'utilisation.

« Le cross-device pose un défi majeur aux organismes de contrôle, aux défenseurs de la vie privée et aux entreprises technologiques : comment offrir aux consommateurs à la fois de la transparence et des choix pertinents dans un écosystème de plus en plus complexe », confie Jules Polonetsky, CEO, Future of Privacy Forum. « En veillant à ce que le choix du consommateur soit pris en compte sur tous ses équipements et en affichant les informations de sorte qu'elles soient faciles à comprendre par le consommateur lambda, Adobe aide les éditeurs et les spécialistes marketing, tout en respectant la vie privée du consommateur. »

*** Le réseau coopératif cross-device sera d'abord disponible aux Etats-Unis et au Canada*

Liens utiles

- [Article de blog de Amit Ahuja : « Learning from consumer trends »](#)
- [Étude « Get Personal »](#)

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.