

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 Marketing Cloud redéfinit la télévision

Les nouveautés d'Adobe Primetime aident les chaînes de télévision et les opérateurs de télévision à péage à accroître leurs audiences et personnaliser les expériences télévisuelles

Las Vegas, (États-Unis), le 22 mars 2016 — Le visionnage multi-écrans et à la demande a transformé l'industrie télévisuelle. Aujourd'hui, diffuseurs et opérateurs de télévision à péage doivent composer avec des consommateurs qui veulent avoir accès au contenu autrement que sur un poste classique. Les téléspectateurs regardent de plus en plus de films, d'émissions et autres événements sportifs en direct sur une large gamme de plateformes et d'appareils connectés. Le public recherche des alternatives aux abonnements TV des opérateurs câble, satellite et mobile, et adoptent massivement les offres OTT (« Over-The-Top ») compatibles avec tous les écrans.

Aujourd'hui, à l'occasion de l'Adobe Summit, Adobe (Nasdaq:ADBE) a dévoilé une offre complète qui étend les fonctionnalités d'Adobe Primetime pour favoriser l'acquisition, la mobilisation et la monétisation des audiences sur l'ensemble des écrans et plateformes. La nouvelle offre permet de diffuser directement auprès des consommateurs (sur leurs ordinateurs, terminaux mobiles et appareils connectés tels qu'Apple TV, Sony PlayStation, Roku et Microsoft Xbox) des contenus télévisuels et publicitaires plus personnalisés. Grâce à l'intégration des outils de marketing digital d'Adobe, les chaînes de télévision et les opérateurs de télévision à péage peuvent optimiser la conception et la commercialisation de leurs abonnements et de leurs services OTT basés sur la publicité, proposer des expériences très attrayantes et développer leur audience par le biais de contenus et publicités plus personnalisés.

« Les chaînes de télévision et les opérateurs de télévision à péage sont impatients de capitaliser sur l'OTT. Mais, pour cela, ils ont besoin d'une plateforme complète leur permettant d'acquérir, de mobiliser et de monétiser efficacement le public », explique Jeremy Helfand, Vice President, Adobe Primetime. *« L'intégration des moteurs publicitaires, analytiques, de gestion de données, de campagnes publicitaires et de personnalisation avec les fonctionnalités de lecture vidéo, d'insertion publicitaire et de gestion des droits numériques d'Adobe Primetime permet aux groupes médias de transformer leur activité avec des expériences plus personnalisées et attrayantes sur tous les écrans. »*

La nouvelle offre associant Adobe Marketing Cloud et Adobe Primetime aide les groupes médias à lancer des services DTC (« Direct To Consumer ») en relevant les principaux défis du secteur :

- **Développer une audience** : les outils de marketing digital d'Adobe convertissent les audiences en abonnés. Adobe Analytics et Adobe Audience Manager aident les clients à identifier des segments d'audience spécifiques en fonction de schémas de consommation des contenus et à développer ces segments en ciblant des audiences similaires. Adobe Media Optimizer et Adobe Target augmentent les taux de conversion des abonnements d'essai en abonnements payants par le biais de campagnes publicitaires automatisées sur les moteurs de recherche, le display et les réseaux sociaux. Pour développer des messages marketing efficaces et cohérents et faire face à la difficulté de l'acquisition d'audience, Adobe Target inclut également des outils de tests A/B et multivariés, et d'optimisation du contenu pour les expériences proposées au sein des applications et sur les sites web.
- **Mobiliser les audiences** : le nouveau moteur de personnalisation vidéo d'Adobe, [Adobe Primetime Recommendations](#), tire parti des Big Data pour mieux capter l'attention du spectateur et allonger la durée des visionnages. Primetime Recommendations exploite ainsi plus de 200 milliards de points de consommation vidéo dans la plupart des foyers américains qui visionnent des contenus télévisuels et des films en streaming. Un éclairage contextuel approfondi sur ces habitudes de consommation, notamment sur le volume et le type de contenu visionné, permet d'effectuer des recommandations personnalisées et convaincantes. Pour recommander aux téléspectateurs des contenus télévisuels en dehors d'une application vidéo, Adobe Campaign peut également orchestrer des notifications et campagnes par e-mail axées sur leurs préférences. La prise en charge de la diffusion instantanée de contenus et de l'insertion dynamique de publicités via Adobe Primetime permet de proposer des expériences télévisuelles et publicitaires plus personnalisées.

- **Monétiser les audiences**: les fonctionnalités de monétisation d'Adobe Marketing Cloud permettent aux chaînes de télévision et aux opérateurs de télévision à péage de trouver le juste équilibre entre les différentes sources de revenus potentiels : abonnement mensuel, location, vente dématérialisée et publicité. Couplés à Adobe Primetime, Adobe Audience Manager et Adobe Target permettent de diffuser des publicités plus pertinentes, d'insérer dynamiquement des publicités et d'en mesurer les résultats sur tous les écrans et plates-formes, et de créer des annonces ciblées basées sur les caractéristiques des segments d'audience identifiés.
- **Mesurer l'impact sur l'audience** : Adobe Analytics permet de comprendre comment le public regarde la télévision en répondant aux six questions fondamentales : qui, quoi, quand, où, comment et, surtout, pourquoi. Incorporée aux autres fonctionnalités d'activation d'Adobe Marketing Cloud, cette mine d'informations agrégées et anonymes permet d'améliorer l'acquisition, la mobilisation et la monétisation des audiences.

Liens utiles

- [Article Adobe Primetime Recommendations](#)

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.