



Contacts presse

Pour toute information complémentaire, contacter :
Agence Burson-Marsteller i&e – 32 rue de Trévis – 75009 Paris
Vincent Darricarrere
01.56.03.12.62
vincent.darricarrere@bm.com
Kenza Remaoun
01.56.03.14.21
Kenza.remaoun@bm.com

ALERTE PRESSE

Adobe, premier éditeur à offrir des outils d'analytics pour les contenus audio en ligne et hors ligne

Adobe Analytics Cloud permet aux marques de tirer des enseignements plus précis des podcasts, de la musique en streaming et des livres audio

Paris, France — 28 mars 2018 — Dans un monde de plus en plus mobile, la demande de contenus audio digitaux augmente. Selon une [nouvelle étude](#) d'Adobe (Nasdaq: ADBE), les trois sources de contenus audio préférées de la majorité des consommateurs âgés de 18 à 34 ans sont la musique en streaming, la musique digitale achetée et les podcasts. Que ce soit pour les créateurs, les annonceurs ou les marketeurs, les défis à relever sont nombreux : attrition élevée, concurrence accrue sur un marché en plein essor, points de contact multiples et aucun moyen de mesurer précisément les interactions en ligne et hors ligne.

Lors de l'Adobe Summit, Adobe a dévoilé Adobe Analytics pour le streaming audio. Pour la première fois, un outil va permettre aux marques de tirer des enseignements précis des contenus audio en ligne et hors ligne. Déjà adopté par les 10 plus grands noms des médias et du divertissement, comme CBS Interactive, Pandora, Spotify, Time Warner et Viacom, Adobe Analytics Cloud permet de savoir comment un auditeur interagit avec les podcasts, la musique en streaming, les livres audio, etc. et de prendre des décisions éclairées pour offrir la meilleure expérience possible. Véritable système de suivi en temps réel, les fonctions de mesure « heartbeat » d'Adobe Analytics fournissent des informations précises sur le streaming afin que les marques disposent d'indicateurs clés.

« Face à un marché saturé et à la possibilité d'écouter du contenu audio en tout lieu et à tout moment, il est très difficile pour les marques d'analyser la consommation de ce type de contenu. Pour l'essentiel, les marketeurs prennent des paris risqués en termes de budget », déclare Jeff Allen, Senior Director Product Marketing, Adobe Analytics Cloud. « Aucune autre solution d'analytics ne donne accès à ce niveau d'information sur les podcasts, le streaming audio et les livres digitaux. »

Nouveautés audio d'Analytics Cloud :

- **Comprendre les auditeurs.** Les marques peuvent savoir si un auditeur a fini un podcast ou un livre audio, si une publicité a été ignorée, à quel moment se produisent les abandons et quel impact les erreurs comme une mise en mémoire tampon excessive peuvent avoir sur l'expérience – que le contenu soit téléchargé ou diffusé en direct. Adobe permet aussi de mesurer le contenu audio indépendamment du terminal utilisé, et de savoir si un podcast ou un livre audio a été écouté sur plusieurs appareils. Grâce à sa solution de marketplace (Audience Marketplace) disponible dans Adobe Audience Manager (DMP d'Adobe), les marques peuvent se connecter à des second ou third party data sources afin de comprendre le comportement des utilisateurs vis-à-vis des marques partenaires, ou d'obtenir des données démographiques, psychographiques et géographiques sur les auditeurs. Ces renseignements sont

extrêmement utiles pour les éditeurs de contenus audio lorsqu'il s'agit de cibler les publicités et de faire des choix de programmation pour au final améliorer l'expérience du consommateur.

- **Garantir la meilleure expérience audio.** En matière de contenus, les consommateurs ont l'embaras du choix. Ils peuvent donc rapidement changer d'avis, surtout si l'expérience est médiocre. Adobe Sensei, framework d'intelligence artificielle (IA) et de machine learning d'Adobe, permet à Adobe Analytics de signaler toute anomalie aux marques, comme une mise en mémoire tampon excessive, et de mesurer le temps écoulé entre le clic sur le bouton de lecture et le lancement du contenu.
- **Monétiser la diffusion.** En analysant les comportements des auditeurs et leurs choix de contenu, les marques sont mieux armées pour améliorer le ciblage publicitaire et personnaliser les expériences audio afin de retenir l'attention des auditeurs. Elles peuvent ainsi obtenir des mesures sur les publicités écoutées en intégralité, les abandons éventuels et les meilleurs emplacements publicitaires au sein des contenus. Avec Adobe Audience Manager, les marques peuvent monétiser leurs données dans Audience Marketplace et associer leurs audiences à des canaux de diffusion publicitaires et de contenus axés sur le mobile dans l'ensemble de l'écosystème marketing et publicitaire.
- **Faire évoluer la voiture connectée.** Les fonctions d'analytics, de personnalisation et de publicité axées sur l'automobile permettent aux marques de proposer des expériences en voiture uniques en leur genre. Avec Adobe Analytics, les constructeurs automobiles et les développeurs d'applications automobiles embarquées peuvent offrir des expériences hors du commun. Ainsi, des playlists personnalisées, des recommandations pendant le trajet et des publicités audio peuvent être utilisées pour recommander et délivrer différents types de contenu. Les marques peuvent aussi être informées immédiatement de l'échec d'une interaction vocale dans un véhicule.

Lien utile :

- [Article de blog – Audio Analytics](#)

À propos d'Adobe Analytics Cloud

Composant d'Adobe Experience Cloud, Adobe Analytics Cloud est le moteur d'intelligence client qui accompagne les entreprises en leur permettant de passer de l'analyse à l'action en temps réel, grâce à l'intégration unique de données d'audience sur l'ensemble des clouds Adobe. Adobe Analytics Cloud comprend Adobe Audience Manager, la première plateforme de gestion d'audience et des données, et Adobe Analytics, solution de référence pour effectuer des analyses en temps réel et opérer une segmentation poussée de la clientèle sur l'ensemble des canaux marketing. Reposant sur Adobe Cloud Platform, qui propose des API ouvertes et un modèle de données standard, et Adobe Sensei, framework unifié d'Adobe axé sur l'IA et le machine learning, [Adobe Analytics Cloud](#) permet aux marques de mieux prendre en compte, regrouper, rationaliser et décrypter de gigantesques volumes de données disparates avant de les traduire en profils clients uniques.

À propos d'Adobe

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

###

© 2018 Adobe Systems Incorporated Tous droits réservés. Adobe et le logo Adobe sont des marques ou des marques déposées d'Adobe Systems Incorporated aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Toutes les autres marques citées sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.