



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

Rivély Monampassi

01.56.03.12.13

rively.monampassi@bm.com

Adobe met l'accent sur le commerce expérientiel avec des avancées majeures dans Magento Commerce Cloud

Grâce à de premières intégrations et à de nouveaux partenariats, les grandes entreprises et les PME ont désormais les moyens de rendre chaque instant « shoppable ».

Barcelone, Espagne — 09 octobre 2018 — Aujourd'hui, Adobe (Nasdaq : ADBE) dévoile sa vision et sa stratégie pour transformer chaque expérience en opportunité d'achat en intégrant Magento Commerce Cloud à Adobe Experience Cloud, permettant aux grandes entreprises d'offrir des expériences d'achat engageantes et ultra-personnalisées. Cette intégration avec les solutions Adobe Experience Cloud de gestion de contenu, de personnalisation et d'analytics permet aux marques ayant à cœur de déployer des expériences e-commerce d'exception de bénéficier d'une offre à la hauteur de leurs attentes. Adobe révèle également une mise à jour majeure de la plateforme Magento afin de donner aux PME les moyens de prendre de l'avance dans la course à l'innovation et à l'agilité.

Face aux attentes croissantes des clients et une concurrence exacerbée, les marques s'affrontent à présent sur la qualité de l'expérience proposée pendant la durée de vie de l'engagement client, à la fois en ligne et hors ligne. L'ambition d'Adobe est d'aider les entreprises à offrir à leurs clients une expérience unifiée, gérée de bout en bout, depuis la création jusqu'à la transaction commerciale – et ce dans un objectif de fidélisation et de croissance.

« Les clients attendent de chacune de leurs interactions avec une marque qu'elle soit contextuelle, intuitive et intéressante. Mais il est difficile pour les entreprises d'offrir, de manière continue, des expériences personnalisées sur une multitude de points de contact », souligne Mark Lavelle, Senior Vice President of Commerce chez Adobe et ex-CEO de Magento. « Nos innovations aident les entreprises de toutes tailles, tous secteurs d'activité confondus, à rendre chaque expérience « shoppable ».

Fonctionnalités pour les grandes entreprises

À présent disponibles, les premières intégrations entre les solutions de gestion de contenu, de personnalisation et d'analytics d'Adobe Experience Cloud et Magento Commerce Cloud permettront aux grandes entreprises de :

- **Créer des expériences d'achat ultra-attractives** – L'intégration avec Adobe Experience Manager permet de créer et gérer des expériences d'achat performantes sur tous les points de contact tout au long du parcours client ;
- **Personnaliser chaque expérience** – L'intégration avec Adobe Target, optimisée par la technologie d'intelligence artificielle (IA) et de machine learning d'Adobe Sensei, permet d'optimiser et de proposer des expériences d'achat contextualisées, afin de mieux fidéliser sa clientèle et de se démarquer de la concurrence ;

- **Anticiper les besoins des clients** – L'analyse prédictive d'Adobe Analytics, optimisée par Adobe Sensei, aide les entreprises à surveiller et analyser les données clients pour identifier des schémas et anticiper des comportements futurs, et ce dans le but de détecter de potentiels obstacles – contraintes de livraison spécifiques ou rupture de stocks – et d'optimiser les conversions.

« L'intégration de Magento Commerce Cloud dans Adobe Experience Cloud change la donne pour les clients communs à Adobe et Magento », admet Jordan Jewell, Senior Research Analyst chez IDC. « Les fonctionnalités conjointes de Magento et Adobe permettent aux entreprises de se différencier au travers d'expériences d'achat en ligne qui soient centrées sur le client et ultra personnalisées ; et de tirer parti d'insights approfondis pour offrir des expériences propices à la conversion, contextuelles et engageantes, au bon moment, et tout au long du parcours client. Compte tenu des mutations qui s'opèrent sur le marché du commerce digital, les entreprises de tous types et de toutes tailles doivent sérieusement réfléchir à comment proposer l'expérience la plus engageante et la plus fluide à leurs clients. »

Fonctionnalités pour les PME

La dernière version en date de la plateforme Magento, qui s'appuie sur Magento Commerce Cloud, intègre des contributions significatives de la part de la communauté et offre aux e-commerçants comme aux développeurs de nouveaux perfectionnements. E-commerçants et développeurs seront en mesure de :

- **Créer rapidement des contenus de site attrayants** – Aujourd'hui, les professionnels du marketing digital entendent jouer un rôle plus direct dans l'élaboration des contenus de sites Internet, et souhaitent accéder à des outils de création performants leur permettant de concevoir, tester et lancer en permanence de nouveaux contenus. Avec le [nouveau PageBuilder](#), puissant outil d'édition de contenus de type glisser-déposer, les e-commerçants peuvent laisser libre cours à leur créativité et concevoir une expérience d'achat hors pair sans l'aide des développeurs. Les marques qui veulent tirer parti de fonctions de création, diffusion et gestion du cycle de vie des contenus sur tous les canaux peuvent profiter de l'intégration avec Adobe Experience Manager.
- **Créer des expériences mobiles génératrices de conversions** – Alors que le commerce mobile poursuit son essor, la faiblesse des taux de conversion, la complexité liée à la création et la gestion d'expériences multiples sur différents canaux donnent bien du fil à retordre aux e-commerçants. Grâce au nouvel outil Magento Progressive Web Applications (PWA) Studio, e-commerçants et développeurs peuvent créer des expériences mobiles fiables, rapides et attrayantes pour doper les taux de conversion et multiplier les interactions.
- **Simplifier la gestion des paiements et des risques** – Les e-commerçants peinent à s'adapter à l'utilisation par les clients de services de paiement alternatifs et de portefeuilles électroniques, provoquant des déconvenues lors du règlement. Avec le lancement de [Magento Payments](#), les e-commerçants sont désormais en mesure d'accepter instantanément les paiements des clients. Ils peuvent également bénéficier d'offres d'achat adaptées, en gérant aisément les transactions et en étant à l'abri des fraudes et remboursements d'opérations par carte.
- **Cibler de nouvelles audiences** – Grâce à [l'intégration](#) de Magento avec Amazon Sales Channel, les e-commerçants peuvent synchroniser aisément leurs boutiques Magento et étendre leur portée, promouvoir, vendre et gérer efficacement leurs commandes sur l'ensemble des canaux. Les intégrations avec Google Merchant Center et les canaux publicitaires pour les campagnes Shopping intelligentes de Google permettent aux e-commerçants de créer et diffuser des campagnes brandées.
- **Améliorer la performance et l'ergonomie** – [L'introduction](#) d'API de traitement de masse et d'API asynchrones optimise l'ergonomie et les performances des intégrations avec Magento. Cette version est aussi le fruit d'un investissement important dans Magento Open Source, avec des fonctionnalités clés telles que l'inventaire multi-source, PWA et GraphQL, sans oublier ElasticSearch and RabbitMQ.

- **Simplifier la gestion des informations produit et des avis** – Avec l'ajout d'[Akeneo PIM](#) et des avis et notations [Yotpo](#) dans le programme Magento Premier Technology Partner, les e-commerçants peuvent tirer parti de la valeur ajoutée des informations produit et des avis émis sur les réseaux sociaux pour optimiser les conversions et limiter les retours produit.
- **Analyser et optimiser les expériences d'achat** – Les outils d'analytics et d'optimisation réservés aux grandes entreprises sont aujourd'hui accessibles aux petites structures. L'intégration de la solution Launch, par Adobe, avec Magento aide les e-commerçants à analyser rapidement leurs données commerciales et à optimiser leurs expériences d'achat

À propos d'Adobe Experience Cloud

[Adobe Experience Cloud](#) est un ensemble très complet de services cloud visant à offrir aux entreprises tout ce dont elles ont besoin pour déployer des expériences client d'exception. Constitué d'Adobe Marketing Cloud, d'Adobe Advertising Cloud et d'Adobe Analytics Cloud, Experience Cloud repose sur Adobe Cloud Platform et s'intègre avec Adobe Creative Cloud et Document Cloud. Tirant parti des fonctions de machine learning et d'intelligence artificielle d'Adobe Sensei, Adobe Experience Cloud allie des solutions haut de gamme, une plateforme évolutive complète, des systèmes intégrés pour les données et le contenu, un solide réseau de partenaires, et une expertise inégalée dans le déploiement d'expériences.

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/>.

À propos de Magento

Magento, entreprise d'Adobe, est l'un des acteurs les plus innovants dans le secteur du e-commerce, auprès des e-commerçants et des marques aussi bien B2C que B2B. Gartner l'a nommé « leader » dans l'édition 2018 de son étude « Magic Quadrant for Digital Commerce ». Outre sa plateforme vedette pour le commerce digital, Magento dispose d'une offre solide de solutions omnicanal en mode cloud qui permettent aux e-commerçants d'intégrer des expériences d'achat digitales et physiques avec succès. Magento est le fournisseur n°1 des classements « Internet Retailer Top 1000 », « B2B 300 » et « Top 500 » en Europe et en Amérique latine. Il s'appuie sur un vaste réseau international de partenaires en solutions et technologies, une communauté de développeurs très active à travers le monde, et la première place de marché d'extensions e-commerce, Magento Marketplace. Pour plus d'informations, rendez-vous sur <http://www.magento.com/fr>.

###