

Contact presse

Paul Grand
Elan Edelman
paul.grand@elanedelman.com
+33 6 29 60 29 80

Adobe Summit EMEA 2019 : l'avenir du Customer Experience Management (CXM) dévoilé

6 000 dirigeants d'entreprise sont venus découvrir en direct le futur du CXM (Customer Experience Management, ou Gestion de l'expérience client) ; Adobe dévoile un partenariat stratégique avec Software AG, ainsi que de nouvelles innovations dans le domaine du commerce

Londres, Royaume-Uni – 15 mai 2019 — Adobe a donné aujourd'hui le coup d'envoi du Summit EMEA 2019, la plus grande conférence européenne consacrée à l'expérience client. La transformation numérique est aujourd'hui devenue un impératif pour toutes les entreprises en Europe. Les consommateurs attendent de plus en plus des interactions riches à tous les points de contacts, ce qui pousse les entreprises à fournir des expériences client personnalisées à grande échelle.

À l'occasion du Summit EMEA, Adobe a dévoilé ses dernières innovations en matière de CXM, dont Adobe Experience Platform, la première plateforme dédiée qui fédère l'ensemble des données pour créer un profil client en temps réel. Adobe a également conclu un nouveau partenariat stratégique avec Software AG pour associer Adobe Experience Platform et Marketo Engage à webMethods, le service d'intégration et de gestion d'API de Software AG, afin d'éliminer les silos de données dans toute l'entreprise et faciliter la création d'expériences client uniques. Parmi les annonces figurent par ailleurs des offres enrichies pour le commerce, notamment un nouveau partenariat avec Amazon et des intégrations avec Google.

De grandes marques comme Unilver, illycaffè et BT prennent la parole pour expliquer comment elles transforment leurs activités pour se focaliser sur l'expérience client et se démarquer ainsi de la concurrence. Des entreprises opérant dans divers secteurs d'activité, dont Footlocker, e.on, Telegraph Media Group, UBS et Zadig & Voltaire, présentent également leurs approches innovantes pour diffuser des expériences client d'exception.

« Pour s'imposer dans un monde où la concurrence ne cesse de s'intensifier, les entreprises doivent proposer des expériences de qualité et s'efforcer de surpasser les attentes toujours plus élevées de leurs clients à chaque étape du parcours », déclare Paul Robson, Président EMEA, Adobe. « Adobe innove, investit et multiplie les partenariats pour aider les marques à placer le client au centre de leurs stratégies digitales. Avec le lancement de la plateforme de CXM la plus complète du marché, nous donnons aux entreprises du monde entier la possibilité d'orchestrer et de gérer l'intégralité du parcours client. »

Adobe et Software AG Partner unissent leurs efforts pour améliorer l'expérience client

Adobe annonce un partenariat avec Software AG qui permettra d'enrichir en temps réel les profils client au sein d'Adobe Experience Platform. Les deux sociétés vont créer des intégrations entre Adobe Experience Platform, d'une part, et webMethods, la solution d'intégration et de gestion d'API de Software AG, d'autre part. En regroupant les données client éparpillées sur de multiples systèmes, les entreprises pourront obtenir des profils client exploitables en temps réel et gérer l'expérience client autrement.

Des nouveautés notables pour le commerce

Adobe a introduit plusieurs fonctionnalités inédites dans Magento Commerce, notamment les intégrations Amazon Sales Channel et Google Shopping Ads Channel, qui aideront les retailers à toucher de nouvelles audiences et à vendre leurs produits via de nouveaux canaux. De plus, Adobe a annoncé le lancement de *Branded Stores for Amazon Sellers*, qui s'appuie sur Magento Commerce, composant d'Adobe Experience Cloud s'exécutant sur Amazon Web Services (AWS). La solution est conçue pour permettre aux vendeurs de développer aisément leur activité et de gérer leur présence en ligne sur Amazon.com, ainsi qu'à travers leur propre vitrine.

Les clients de Magento Commerce soucieux d'exploiter d'autres fonctionnalités d'analyse et de personnalisation peuvent désormais utiliser Adobe Experience Platform Connector pour tirer parti d'Adobe Analytics et ainsi mieux connaître leurs clients.

Adobe présente ses dernières innovations

A l'occasion des « Sneaks », Adobe présente en avant-première les innovations technologiques de ses laboratoires R&D. Les Sneaks de cette année portent sur l'avenir de l'expérience digitale et des interactions client dans des domaines tels que l'Intelligence Artificielle (IA), la réalité mixte et la voix. Le public pourra notamment découvrir comment il est possible de réinventer l'entretien de véhicules, de repenser la gestion des documents grâce à l'IA et à la voix, et de transformer une expérience client grâce à la réalité augmentée.

L'expérience client déconnectée

Une étude présentée à l'occasion du Summit EMEA rappelle l'urgence pour les marques de se focaliser sur la gestion de l'expérience client, les consommateurs européens leur attribuant un score de seulement 50 % en France et en Allemagne et de 54 % au Royaume Uni. Les clients expriment également leur mécontentement face aux mauvaises expériences à travers leurs dépenses, les clients français (50 %), anglais (43 %) et allemands (41 %) étant prêts à abandonner un panier d'achat en ligne suite à une expérience négative, et un consommateur sur trois à se détourner totalement d'une marque.

Également présentée au Summit EMEA, une étude approfondie révèle que le comportement des acheteurs B2B se rapproche de plus en plus de celui des clients B2C, obligeant les marques à repenser leurs stratégies de commercialisation auprès de ces audiences. Les acheteurs B2B exigent désormais les qualités généralement associées au segment B2C, telles que la transparence, l'identification claire de la raison d'être de la marque et la personnalisation. Le rapport table sur l'émergence d'une approche « Business-to-Everyone », consistant à interagir avec chaque audience à un niveau individuel plutôt que via une segmentation B2B/B2C classique.

Avant-gardistes, agitateurs et créateurs d'expériences

L'Adobe Summit EMEA 2019 verra également l'organisation de la toute première cérémonie de remise des Experience Makers Awards aux entreprises pionnières qui mettent la transformation digitale au service d'une approche orientée client. L'événement accueillera notamment Amal Clooney, avocate de renommée internationale et militante pour les droits de l'Homme, ainsi que l'acteur Eddie Redmayne.

À propos d'Adobe

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

###