

Adobe, Microsoft et LinkedIn s'associent pour accélérer l'account-based experience

Las Vegas – 26 mars 2019 – Adobe annonce le renforcement de son partenariat avec Microsoft ainsi qu'une nouvelle intégration avec LinkedIn Marketing Solutions afin d'accélérer l'account-based experience (ABX) grâce à l'intégration de nouvelles solutions marketing. Adobe et Microsoft harmonisent leurs sources principales de données pour alimenter les profils d'account-based marketing (ABM) depuis Adobe Experience Cloud – avec Marketo Engage et Microsoft Dynamics 365 pour les Commerciaux. Les spécialistes du B2B pourront ainsi facilement identifier, comprendre et interagir avec les équipes Achats des clients B2B. Ce partenariat permettra de mieux gérer l'orchestration, la mesure des performances et la diffusion de contenu ciblé pour offrir une meilleure expérience client, au niveau individuel comme au niveau des comptes, et une personnalisation poussée sur des plateformes B2B majeures telles que LinkedIn.

« L'orchestration des interactions de plusieurs individus au sein d'un parcours commercial et marketing complexe est cruciale dans l'ABX et constitue le cœur de l'activité des professionnels du marketing B2B », explique Steve Lucas, senior vice president du pôle Digital Experience Business chez Adobe. « Ces nouvelles fonctionnalités d'ABM permettent aux équipes marketing et vente de mieux se coordonner autour des personnes et des comptes avec lesquels elles interagissent, et leur apportent de nouveaux moyens de mesurer leur impact commercial ».

« Savoir tirer parti de la puissance des données pour identifier les bonnes opportunités et exploiter les informations permettant aux équipes marketing et ventes de coordonner leurs actions avec un membre du comité d'achats », précise Alysa Taylor, corporate vice president de la division Business Applications and Global Industry chez Microsoft. Avec Adobe et LinkedIn, Microsoft contribue à fournir une solution de bout en bout qui accélère la conversion des leads et génère des opportunités de cross sell et d'amélioration des services, et ce dans une optique d'augmentation de la valeur pour le compte.

« L'un des plus grands défis rencontré par les professionnels du marketing dans leurs campagnes est de s'assurer que leurs messages s'adressent à la bonne audience et génèrent un retour sur investissement à grande échelle », précise Jen Weedn, vice president du développement commercial chez LinkedIn. « En étendant les fonctionnalités d'ABM de LinkedIn aux utilisateurs d'Adobe Experience Cloud, nous leur apportons un moyen simple d'identifier les bonnes audiences sur

LinkedIn et de les cibler avec du contenu pertinent, contribuant ainsi à la réussite de leurs campagnes. »

Ce partenariat renforce plus encore la collaboration de longue date entre Adobe et Microsoft. Grâce à l'intégration avec LinkedIn Marketing Solution, les professionnels du marketing disposent de nouveaux moyens pour interagir plus efficacement avec les équipes en charge des comptes et des achats.

- **Ces dernières bénéficient d'une meilleure compréhension des comptes ciblés en temps réel** : Grâce à l'exploitation des données de Marketo Engage et Microsoft Dynamics 365, les équipes commerciales et marketing pourront mieux cerner les comptes ciblés en temps réel, en bénéficiant d'informations sur les rôles, les influences et les préférences. Avec l'intégration de LinkedIn Matched Audiences à Marketo Engage, la combinaison des capacités de ciblage d'ABM permettra aux professionnels du marketing d'identifier les bons contacts au sein d'un compte ciblé sur LinkedIn.
- **Elles ciblent les audiences plus efficacement grâce à des profils de comptes plus complets** : Pour identifier les meilleurs comptes à cibler, la fonction de profilage de Marketo Engage combine la puissance de la modélisation prédictive basée sur l'intelligence et l'automatisation dans une seule solution ABX, permettant ainsi d'identifier ces comptes clés cibles parmi 25 millions d'entreprises en quelques minutes.
- **Les campagnes *people-based* bénéficient d'une précision inégalée** : Adobe Audience Manager, la plateforme de gestion des données (DMP) d'Adobe, sur Azure, permettra aux marques de fédérer les données d'audience et de lancer des campagnes basées sur les contacts, sur LinkedIn et d'autres canaux, tout en informant les achats médias avec une précision inédite. En outre, la gouvernance des données et les contrôles de confidentialité contribuent à garantir la sécurité des données clients et aident les marques à se conformer à leurs politiques de confidentialité et à leurs objectifs de conformité en matière de confidentialité des données.

À propos d'Adobe

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

###