



Contacts presse

Manon Sanchez & Tania Gay

Edelman

manon.sanchez@edelman.com - tania.gay@edelman.com

Adobe Summit 2021 : Favoriser la croissance des entreprises à l'ère de l'économie numérique

- À l'occasion d'Adobe Summit 2021, l'entreprise a dévoilé de nouvelles innovations au sein d'Adobe Experience Cloud et d'Adobe Experience Platform
- 75 % des entreprises du classement Fortune 100 utilisent désormais les applications d'entreprise d'Adobe.

Paris, France — 27 avril 2021 — Adobe a aujourd'hui donné le coup d'envoi de son plus grand événement mondial dédié à l'expérience numérique, [Adobe Summit](#). En 2020, le monde a incontestablement basculé dans l'économie numérique. Et pour cause : le numérique est devenu à la fois un vecteur de connexion, de travail, d'apprentissage mais aussi de divertissement. Le commerce mondial, lui, continue de connaître [une croissance record](#), avec plus 876 milliards de dollars générés au cours du premier trimestre 2021 (en hausse de 38 % par rapport à l'année précédente) et qui atteindra 4200 milliards de dollars à la fin de l'année. Lors d'Adobe Summit, Adobe présente ses dernières innovations au sein d'Adobe Experience Cloud, comprenant notamment : de nouvelles applications à destination des entreprises comme Adobe Journey Optimizer et Adobe Customer Journey Analytics, sa plateforme de données clients en temps réel de nouvelle génération (Real-time CDP), son Marketing System of Record de pointe grâce à l'intégration de Workfront, et de nouvelles capacités de personnalisation en temps réel à grande échelle pour Adobe Experience Platform. Adobe a également annoncé de nouvelles fonctionnalités de gestion de contenu et de [commerce intelligent](#) et un partenariat stratégique avec FedEx.

Albert Bourla, PDG de Pfizer et Rajesh Subramaniam, President et COO de FedEx partageront leur état des lieux présent et à venir du numérique. De nombreux intervenants discuteront de la gouvernance de l'économie numérique : les CMO de Peloton (Dara Treseder), de General Motors (Deborah Wahl), d'Intuit (Lara Balazs), de Mastercard (Raja Rajamannar), mais aussi Michelle Peluso, Chief Customer Officer de CVS Health, Chris Rupp, EVP, Chief Customer et Digital Officer d'Albertson, Sree Sreedhararaj, CTO de Sephora, ainsi que l'icône du design Jonathan Adler et la championne de tennis et entrepreneuse Serena Williams. Dan Levy, scénariste, acteur, réalisateur et producteur primé, présentera les coulisses de l'innovation d'Adobe à travers les "[Sneaks](#)". Pour visionner les keynotes, explorer le programme de plus de 400 sessions, réseauter avec ses pairs ou discuter en live avec un expert Adobe, rendez-vous sur <https://summit.adobe.com>.

"Les entreprises qui mettent l'accent sur la gestion de l'expérience client prendront de l'avance", a déclaré Anil Chakravarthy, Digital Experience Business and Worldwide Field Operations d'Adobe. "Avec ces innovations, Adobe Experience Cloud continue de rapprocher les entreprises de leurs clients – leur permettant d'offrir les meilleures expériences numériques et ce, rapidement et à grande échelle."

L'élan d'Adobe Experience Platform

Sans une solide gestion des données, les entreprises ne peuvent disposer d'une approche efficace pour se connecter avec leurs clients en temps réel. Adobe Experience Platform (AEP), au cœur d'Adobe Experience Cloud, collecte des données disparates à l'échelle de l'entreprise, enrichit ces données par des informations clients exploitables et les assemble pour [établir des profils clients plus complets](#) et en temps réel. Aujourd'hui, Adobe Experience Platform et son écosystème est utilisé par des milliers de marques à travers le monde, assurant une personnalisation en temps réel à grande échelle, avec plus de 17 trillions d'évaluations de segments par jour.

Nouvelles innovations d'Adobe Experience Cloud

Adobe Experience Cloud, qui est aujourd'hui utilisée aujourd'hui par 75 % des entreprises du classement Fortune 100, optimise la gestion de l'expérience client (CXM) pour les entreprises B2B et B2C avec des applications axées sur la gestion du parcours client, les données et les audiences, le contenu et la personnalisation, les processus de travail commerce et marketing. Les innovations visant à accélérer la transformation numérique des entreprises incluent :

- **Nouvelle application Adobe Journey Optimizer** : Alors que les consommateurs exigent un parcours client qui leur soit personnalisé, les marques peinent à offrir des expériences contextualisées en temps réel à grande échelle. Basée sur Adobe Experience Platform, [Adobe Journey Optimizer](#) est la seule application du marché destinée à accompagner les responsables marketing dans l'optimisation du parcours client, quel que soit le point de contact, *inbound* ou *outbound*. Les marques peuvent désormais capter activement les signaux des clients et utiliser un processus décisionnel intelligent pour anticiper et proposer le parcours le plus pertinent, en associant un marketing *outbound* basé sur l'audience et l'engagement individuel.
- **Real-Time CDP de nouvelle génération** : Alors que les consommateurs sont de plus en plus regardants sur les données qu'ils partagent et que les cookies tiers disparaissent des navigateurs, les données *first-party* représentent le meilleur atout pour les marketeurs pour instaurer une relation de confiance avec leurs clients. La plateforme Real-Time CDP d'Adobe est la seule application dédiée aux entreprises et bâtie pour l'acquisition et l'engagement des clients, à partir de données *first-party*. Aussi disponible dès aujourd'hui, la [version B2B](#) regroupe les profils individuels et les profils de comptes permettant aux entreprises B2B de penser et d'agir comme des marques B2C.
- **Nouveau Customer Journey Analytics** : Nul doute que les entreprises aient besoin de s'appuyer sur la donnée afin de mieux connaître leurs clients et d'optimiser en permanence leur engagement. [Customer Journey Analytics](#) est la première application dédiée aux entreprises capable d'offrir aux marques la possibilité d'intégrer et de normaliser les données clients en ligne et hors ligne, permettant à quiconque – et pas seulement aux data scientists – d'en avoir une vision unifiée. L'objectif ? Mieux comprendre l'ensemble du parcours client et en informer les équipes marketing.
- **Nouveau Marketing System of record** : Les solutions de gestion du travail doivent aider les entreprises à fonctionner plus efficacement, en centralisant le travail dans une seule et même application. L'objectif étant que les équipes inter-fonctionnelles puissent se connecter, collaborer et exécuter un travail de qualité et ce, depuis n'importe où. Suite à l'acquisition de Workfront par Adobe, la société présente en avant-première son nouveau [Marketing System of Record](#), qui sera le point d'entrée pour la gestion du travail tout au long du cycle de vie du marketing : la stratégie, la planification, l'exécution et la mesure.

- **Nouvelles innovations d'Adobe Experience Manager** : Les nouvelles innovations d'[Adobe Experience Manager](#) aident les marques à créer, gérer et optimiser le contenu dont les entreprises ont besoin, à la vitesse requise pour rester leader de leur marché. Il s'agit notamment des fonctionnalités Headless Content Management System (CMS), qui diffusent du contenu immersif sous forme de données via des API et apportent une intelligence artificielle avancée à l'automatisation du contenu. Le nouvel [Adobe Experience Manager Essentials](#) deviendra la fonction de gestion des ressources par défaut dans toutes les applications Adobe Experience Cloud et sera entièrement configurable pour garantir l'accès au meilleur contenu.
- **Nouvelles fonctionnalités Adobe Commerce** : Les entreprises parient de plus en plus sur le e-commerce pour stimuler leur croissance. Optimisées par Adobe Sensei, les nouvelles recommandations de produits dans [Adobe Commerce](#) offrent aux clients de nouveaux moyens de découvrir des produits. La nouvelle fonction Live Search offre également des résultats et des expériences de recherche rapides et pertinents sur le site marchand. Un nouveau [partenariat stratégique](#) avec FedEx permettra aux clients d'Adobe Commerce d'intégrer leurs vitrines à FedEx ShopRunner, afin d'offrir à leurs clients des avantages tels que la livraison gratuite en deux jours, le passage en un clic à la caisse, des retours transparents et la possibilité de tirer parti de l'intelligence logistique de FedEx pour optimiser leurs coûts d'expédition.
- **Nouvel outil de collecte des données entreprise pour Adobe Experience Platform** : Il est aujourd'hui nécessaire pour les entreprises d'avoir accès aux données comportementales des consommateurs en temps réel, afin d'aiguiller au mieux les prises de décisions. Cependant, la collecte de ce type de données est bien trop souvent lourde et complexe à gérer, et les approches traditionnelles se traduisent souvent par de mauvaises performances des applications, impactant drastiquement l'expérience du consommateur. Collection Enterprise offre ainsi aux entreprises la possibilité d'exploiter l'infrastructure d'Adobe, afin de collecter des données et les rediriger vers les plateformes ou applications adéquates. Les nouveaux [kits de développement logiciel](#) (SDK) pour la collecte de données garantissent une performance optimale et une expérience client améliorée.

À propos d'Adobe

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

###