



Contacts Presse

Adobe & Edelman

Sylvie Ung & Manon Sanchez

ung@adobe.com & manon.sanchez@edelman.com

Adobe dévoile des innovations boostées à l'IA en faveur d'expériences encore plus personnalisées

- Les nouvelles capacités IA d'Adobe offrent des niveaux de personnalisation, de prédiction et de compréhension sans précédent.
- La modélisation du mix marketing analyse les dépenses marketing en temps réel et émet des recommandations pour les optimiser.

PARIS, France — 15 mars 2022 — A [Adobe Summit](#), l'événement dédié à l'expérience numérique, Adobe (Nasdaq:ADBE) a annoncé de nouvelles capacités pour [Adobe Experience Cloud](#), optimisées par son moteur d'intelligence artificielle (IA) [Adobe Sensei](#). Celles-ci s'appuient sur des centaines d'innovations IA et machine learning (ML) qui sont déjà intégrées dans les produits Adobe, permettant aux entreprises de garantir des parcours client parfaitement fluides. Aujourd'hui, ce sont plus de 80 % des clients d'Adobe Experience Cloud qui s'appuient sur nos fonctionnalités IA pour piloter leurs expériences numériques. Parmi les nouveautés annoncées : des recommandations de produits, les résultats de recherche en direct, la prévision et l'allocation budgétaires intelligentes, l'optimisation des budgets cross-canal ou encore la création et la diffusion intelligentes de contenu.

"Avec Adobe Sensei, le moteur d'IA d'Adobe, il est désormais possible de réaliser des projets qui dépassaient auparavant l'imagination, comme avoir des millions d'interactions individuelles avec les clients, en même temps et en temps réel", a déclaré Anil Kamath, Adobe Fellow. "Adobe est présent dans le domaine de l'IA depuis plus de 15 ans, et nous sommes en mesure d'exploiter des milliards de données et de contenus pour fournir aux entreprises les informations qui déterminent le comportement de leurs clients."

Intégrées à Adobe Experience Cloud, les nouvelles fonctions d'IA et de ML optimisent encore l'efficacité, le chiffre d'affaires et la croissance des entreprises. Parmi elles :

- **Prévisions des opportunités de vente B2B (dans Adobe Real-Time CDP)** : avec plusieurs décisionnaires dans une équipe d'acheteurs et de nombreux points de contact en ligne et hors ligne, il est parfois difficile de déterminer quelles équipes sont susceptibles d'acheter. En combinant les contacts prédictifs et le scoring de comptes aux informations client dans [Adobe Real-Time CDP](#) (Customer Data Platform), les équipes marketing B2B peuvent concentrer leurs ressources sur les bons prospects. Elles peuvent facilement identifier le moment précis où les équipes de ventes doivent interagir avec les acheteurs potentiels, c'est-à-dire le moment où leur comportement

s'apparente à celui d'acheteurs réels. Cette fonctionnalité sera disponible dans [Adobe Marketo Engage](#) dans le courant de l'année.

- **Optimisation des budgets cross-canal (dans Customer Journey Analytics)** : bénéficier d'une vue complète des performances des campagnes sur l'ensemble du parcours client n'est pas toujours simple. Les modèles d'attribution d'Attribution AI peuvent désormais être intégrés dans [Customer Journey Analytics](#) pour offrir une vue unifiée des performances des campagnes menées en ligne et hors ligne. Les marques ont également accès aux informations relatives au ROI et ont la possibilité de configurer des modèles d'attribution adaptés à leur activité.
- **Recommandations de produits et résultats de recherche en direct optimisés par l'IA (dans Adobe Commerce)** : avec les recommandations de produits optimisées par l'IA d'[Adobe Commerce](#), les enseignes business-to-consumer (B2C) et business-to-business (B2B) peuvent suggérer à leurs consommateurs : des articles pertinents basés sur leur comportement, des remises, des caractéristiques de produits, des éléments visuels ou des tendances. Résultat : le client bénéficie d'une expérience sur mesure et le commerçant améliore la conversion, la fidélisation, les ventes croisées et les montées en gamme. La fonction de recherche en direct, combine les données de catalogues en temps réel avec l'IA d'Adobe Sensei afin d'offrir rapidement des résultats de recherche personnalisés et ultra pertinents. Adobe Sensei permet d'identifier automatiquement les critères de recherche pour chaque requête d'acheteur, épargnant aux commerçants le long travail d'élaboration de règles de recherche sur leur site.
- **Prévision et allocation budgétaires intelligentes (dans Attribution AI)** : anticiper et allouer les budgets marketing de façon précise peut parfois être une tâche complexe pour les marques. Les données historiques servent souvent de référence mais ne reflètent pas forcément l'évolution rapide des préférences des consommateurs, en particulier sur les canaux numériques. Adobe simplifie l'opération avec une nouvelle fonction optimisée par l'IA : la [modélisation du marketing mix](#). En associant les données historiques aux enseignements collectés en temps réel par le service Attribution AI d'Adobe, cette fonction de modélisation prédictive avancée analyse avec précision les dépenses marketing et les performances des campagnes pour permettre aux marques d'investir dans les canaux en ligne et hors ligne les plus efficaces.

Au cours des "Sneaks" d'Adobe Summit, Adobe offrira également aux participants un aperçu de plusieurs innovations en matière d'IA issues des laboratoires de recherche d'Adobe, visant à aider les marques à créer des expériences client exceptionnelles. Le projet "Go Beyond Conversion", par exemple, utilise l'IA pour créer des scores d'expérience client sur les sites web des marques. Les marques pourraient ainsi apprendre comment les visiteurs du site interagissent avec le contenu et diriger les clients vers des expériences améliorées pour augmenter la conversion.

« À l'ère de l'économie numérique, la personnalisation de l'expérience client est un facteur de différenciation clé pour les marques », a déclaré Ritu Jyoti, vice president, Worldwide Artificial Intelligence and Automation Research d'IDC group. « Pour pouvoir offrir les expériences attendues par les consommateurs, les marques ont besoin d'une technologie d'intelligence artificielle telle qu'Adobe Sensei, qui leur permet d'analyser les données client et d'anticiper les comportements afin de diffuser rapidement des expériences contextualisées, y compris dès la première interaction. »

Tous les projets d'IA menés par Adobe sont guidés par des principes [de traçabilité, de responsabilité et de transparence](#). Adobe s'impose les normes les plus strictes pour développer l'IA de manière éthique, responsable et inclusive pour les clients et les communautés d'Adobe.

À propos d'Adobe

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