



Public relations contact
H+K Strategies
adobe.hkparis@hkstrategies.com

Nouvelle version d'Adobe Experience Manager : la publication de contenu boostée à l'IA

- La toute nouvelle version d'Adobe Experience Manager permet à tout membre d'une équipe bénéficiant des droits de modification d'éditer le contenu web et mobile d'une marque à l'aide d'outils aussi connus que Microsoft Word et Google Docs.
- L'intégration d'AEM Assets avec Adobe Firefly et Adobe Express permet aux marketeurs de modifier instantanément les composants de l'image tels que les couleurs, les objets et les décors, tout en générant automatiquement des déclinaisons en fonction des canaux.
- L'IA permet de nouvelles innovations comme mesurer les performances du contenu en temps réel et fournir des prédictions sur les images, les couleurs et les textes les plus efficaces auprès de chaque segment d'audience.
- Les marques internationales qui testent actuellement ces nouvelles fonctionnalités, comme PGA TOUR, voient la vélocité du contenu augmenter au sein de leurs entreprises.

PARIS — 21 mars 2023 — À l'occasion d'[Adobe Summit 2023](#), the Digital Experience Conference, Adobe annonce des nouveautés dans [Adobe Experience Manager](#) (AEM), son célèbre système de gestion du contenu et d'actifs numériques. La nouvelle version offrira des fonctionnalités inédites qui accélèrent et simplifient la création et la publication du contenu, pour des expériences web de meilleure qualité, ainsi que des insights basés sur l'IA pour faciliter l'optimisation du contenu des marques en fonction des audiences cibles.

« À l'heure où l'économie numérique est le moteur de croissance de tous les secteurs, les applications mobiles et les sites web sont devenus les piliers d'une expérience enrichie, déclare Amit Ahuja, senior vice president, Digital Business Experience chez Adobe. Pour capitaliser sur les opportunités de croissance, il est primordial de proposer du contenu pertinent, et les innovations apportées à AEM permettront à plus de personnes d'être en capacité de gérer le contenu, grâce aux insights basés sur l'IA pour guider leur créativité. »

« L'audience de PGA TOUR continue de se développer et de se diversifier à l'échelle mondiale, des inconditionnels du golf au public occasionnel qui apprécie de visionner régulièrement du contenu sur ses idoles et les tournois, souligne Eric Hanson, vice president of product development chez PGA TOUR. Les nouvelles fonctionnalités d'Adobe Experience Manager ont révolutionné les expériences numériques que nous proposons en nous permettant de diffuser à une vitesse incroyable des contenus pertinents et engageants sur des canaux comme le site web, l'application mobile et les campagnes de marketing digital de PGA TOUR. »

Innovations en matière d'IA générative dans Adobe Experience Manager

Directement dans [AEM Assets](#) – le principal DAM utilisé par les entreprises pour gérer leurs bibliothèques d'images, vidéos et autres contenus – les marques peuvent utiliser [Adobe Firefly](#), une nouvelle famille de modèles d'IA générative dédiée à la création, axée sur les images et les effets de texte, afin d'accélérer considérablement le développement de contenu et de réaliser des gains d'efficacité.

[Adobe Express](#) avec Firefly sera intégré directement dans AEM Assets, ce qui permettra de modifier instantanément les composants d'une image tels que les couleurs, les objets et les décors, tout en générant automatiquement des variations en fonction des canaux (web, mobile, email). Firefly contribuera à accélérer le



cycle de vie des contenus des marques, du design à l'interaction client (*content supply chain*), en alimentant les efforts de personnalisation à grande échelle. Avec le nouvel AEM, les marques disposeront également des insights précieux – basés sur l'IA Adobe Sensei - sur les attributs (couleurs, objets, textes) qui résonneront le plus avec les consommateurs – indispensable pour s'assurer que le contenu optimisé par l'IA générative contribue à la croissance des entreprises.

Permettre aux équipes d'augmenter la vitesse du contenu

La plateforme AEM réinventée d'Adobe permet aux équipes de tous niveaux d'actualiser automatiquement le contenu sur l'ensemble des canaux en ligne directement depuis des templates créés avec des outils aussi connus que Microsoft Word et Google Docs. Même sans expertise en CMS, les équipes peuvent créer, modifier et publier le contenu depuis un même document, avec des contrôles de sécurité permettant aux seules personnes autorisées d'apporter des modifications. Ces fonctionnalités s'étendent également à AEM Forms, qui dématérialise des processus papier et accroît l'accès du public aux services en ligne dans des secteurs comme l'administration et les services financiers.

Démocratiser la mise à jour des expériences numériques améliore réellement la vitesse du contenu. Les équipes peuvent en effet publier et modifier le contenu sans les contraintes d'un calendrier de publication centralisé. Des secteurs comme le retail apprécieront particulièrement cette souplesse lors des périodes stratégiques telles que les fêtes de fin d'année, où l'actualisation fréquente des canaux en ligne joue un rôle crucial dans l'engagement et les conversions, et où les retards impactent directement les ventes.

Des insights optimisés par l'IA pour guider les décisions créatives

AEM se dote aussi de fonctionnalités avant-gardistes basées sur [Adobe Sensei](#), le framework d'IA et de machine learning d'Adobe, pour faire la jonction entre analytics et créativité. Face à une demande de contenu créatif exponentielle, les métriques classiques telles que les vues et les clics ne suffisent plus. En s'appuyant aussi sur des enseignements en temps réel, les entreprises pourront passer à l'étape supérieure grâce à des données plus nuancées pour saisir quels contenus trouvent un réel écho auprès de leurs audiences.

Adobe Sensei analyse le contenu au niveau des attributs et est ainsi capable de mesurer l'impact des couleurs, des objets, de la composition et du style d'écriture sur les performances en fonction des audiences. Ses insights en temps réel influent sur la manière dont le contenu est optimisé dans le temps, et fournissent une boucle de rétroaction à mesure que les marques développent leur *content supply chain*. En reliant ces données à [Adobe Experience Platform](#), les marques peuvent enrichir les profils d'audience au profit d'une meilleure personnalisation.

À propos d'Adobe

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