



Public relations contact  
H+K Strategies  
[adobe.hkparis@hkstrategies.com](mailto:adobe.hkparis@hkstrategies.com)

## L'expérience comme moteur de croissance des entreprises : Adobe annonce des innovations inédites pour Real-Time CDP, leader mondial de la plateforme de données client

- Adobe Real-Time Customer Data Platform (Real-Time CDP) utilisée par de grandes marques, dont Chipotle, Major League Baseball, ServiceNow, Thermo Fisher Scientific et U.S. Bank, fournit chaque année plus de 600 milliards d'insights prédictifs basés sur des profils client en temps réel afin d'optimiser la personnalisation dans tous les secteurs d'activité.
- De nouvelles innovations permettent aux entreprises de dynamiser leur croissance grâce aux expériences en opérant une personnalisation précise, avec des solutions répondant aux difficultés rencontrées dans des secteurs tels que la santé et la high-tech.
- Les marques créent aujourd'hui plus de 30 000 milliards de segments d'audience par jour avec Adobe Real-Time CDP, en testant des variantes de contenu et de message afin de booster les taux de conversion et de fidéliser leurs clients.

PARIS — 21 mars 2023 — A l'occasion d'[Adobe Summit](#), the Digital Experience Conference, Adobe annonce plusieurs innovations apportées à [Adobe Real-Time Customer Data Platform](#) (Real-Time CDP), qui fournit chaque année plus de 600 milliards d'insights prédictifs basés sur des profils client en temps réel. Conçues pour dynamiser la croissance grâce aux expériences, ces nouveautés améliorent la prospection et la conversion, dopent l'account-based marketing B2B et s'appuient sur les comportements d'achat en ligne pour renforcer la personnalisation.

Alimenté par [Adobe Experience Platform](#), Adobe Real-Time CDP aide les équipes à interagir directement avec les clients à des moments clés de leur parcours. Adobe Real-Time CDP aide les entreprises à mieux tirer parti de leurs données en leur offrant une vue unifiée des expériences client, ainsi que des insights stratégiques favorisant la personnalisation individualisée à grande échelle. Adobe Experience Platform, et son écosystème de plus de 450 intégrations partenaires et les connecteurs Adobe Real-Time CDP, permet de collecter, d'enrichir et de diffuser des données provenant de sources multiples, à grande échelle et très rapidement.

« Les applications Adobe Experience Cloud, d'Adobe Real-Time CDP à Adobe Journey Optimizer, en passant par Customer Journey Analytics, fonctionnent de concert pour aider les marques à aborder la prochaine étape de leur transformation, qui sera axée sur la personnalisation à grande échelle, déclare Anjul Bhambhri, senior vice president, Adobe Experience Cloud platform engineering, Adobe. Dans le contexte économique ultra-concurrentiel qui règne actuellement, où les consommateurs réévaluent les produits et services qu'ils achètent quotidiennement, le principal moteur de croissance à long terme d'une marque est sa capacité à montrer aux clients qu'elle comprend leurs besoins. »



La solution Adobe Real-Time CDP s'est imposée comme le moteur d'expérience client de référence auprès de grandes marques opérant dans de nombreux secteurs d'activité, et a récemment été adoptée par Chipotle, The Dow Chemical Company, Novo Nordisk, Petco, Qualcomm, Thermo Fisher Scientific, Truist Financial et U.S. Bank. De plus, Meta a choisi Adobe pour améliorer les options de ciblage publicitaire et d'analyse de Facebook, car Real-Time CDP lui permet d'utiliser les données first-party pour renforcer la personnalisation client tout en respectant les règles de confidentialité. Meta rejoint ainsi un groupe de leaders qui utilisent Adobe Real-Time CDP depuis longtemps, parmi lesquels Coles, Dick's Sporting Goods, FC Bayern, Major League Baseball, Panera Bread, Real Madrid, ServiceNow, Signet Jewelers, Suncorp, T. Rowe Price et TSB Bank.

Les marques utilisent Adobe Real-Time CDP pour créer des profils client qui s'actualisent en temps réel, au moment même où les interactions se déroulent aussi bien en ligne que hors ligne. Réunissant plusieurs marques, la solution Adobe Real-Time CDP traite plus de 30 000 milliards d'audiences par jour et active des campagnes personnalisées sur tous les canaux pour stimuler la croissance.

#### **Nouvelles innovations d'Adobe Real-Time CDP**

Pour aider les marques à dégager une valeur ajoutée supplémentaire, Adobe Real-Time CDP se dotent de nouvelles fonctions qui accélèrent la personnalisation à grande échelle et favorisent la croissance :

- **Création d'audience et de parcours** : Adobe Real-Time CDP va s'appuyer sur les nouveaux outils Adobe Sensei GenAI dans Adobe Experience Cloud pour générer automatiquement de multiples variations de segments d'audience enrichis qui apporteront encore plus de précision aux campagnes personnalisées à des millions de clients. Grâce à [Adobe Journey Optimizer](#), les marques seront en mesure de simuler les expériences des clients à mesure qu'elles se déroulent sur les canaux en ligne et hors ligne, et d'obtenir des informations en temps réel sur les offres et les points de contact les plus appropriés pour les clients.
- **Generative Playbooks** : pour accélérer la création de valeur, Adobe lance Generative Playbooks afin de générer des templates de cas d'usage à destination des équipes marketing, facilitant ainsi le brainstorming et l'idéation de parcours client. Conçu avec [Adobe Sensei GenAI](#), Generative Playbooks tireront parti de l'expertise, des données propriétaires et de l'expérience d'Adobe dans divers secteurs d'activité. Les équipes marketing pourront utiliser l'IA conversationnelle pour simuler des parcours client, créer de nouveaux cas d'usage et demander des optimisations en fonction des objectifs marketing, ce qui permettra d'obtenir de résultats encore plus significatifs.
- **Prospection, enrichissement et activation aux côtés de partenaires** : afin de résoudre les problèmes de prospection auxquels sont confrontés les responsables marketing dans un monde sans cookies, Adobe annonce de nouvelles améliorations de ses produits et intégrations avec des partenaires pour Real-Time CDP. Ces améliorations permettent d'enrichir les données first-party de partenaires tels que Merkle et Epsilon. Les nouvelles intégrations avec Amazon Ads et TikTok offrent des opportunités de cibler la clientèle via un éventail plus large de medium, comme les vidéos de courte durée, tandis qu'une nouvelle intégration avec LiveRamp permet l'activation dans la télévision connectée et les campagnes audio. Dans la mesure où la personnalisation globale des expériences dépend actuellement à 60 % des cookies tiers, ces intégrations natives aideront les marques à découvrir de nouvelles audiences.
- **Optimisation de l'account-based marketing B2B** : la longueur des cycles de vente et la complexité des parcours d'achat sont autant de défis rencontrés par les entreprises B2B. Au lieu de cibler des individus, les marques B2B doivent les cerner et engager des équipes de compte dédiées. Les nouvelles fonctionnalités d'Adobe Real-Time CDP permettront à ces entreprises de contacter des



prospects inconnus auprès de comptes connus. En tirant parti des insights de [Marketo Engage](#) et de plateformes tierces telles que LinkedIn, les marques peuvent interagir de manière intelligente avec de nouveaux contacts afin de favoriser les opportunités de vente croisée au sein des équipes.

- **Mise à profit du e-commerce pour renforcer la personnalisation** : les intégrations entre Adobe Real-Time CDP et [Adobe Commerce](#) permettront aux marques d'optimiser la personnalisation de leurs activités d'e-commerce. Par exemple, des secteurs tels que le retail et les produits de grande consommation peuvent s'appuyer sur l'analyse des habitudes d'achat propres aux sites web pour cibler du contenu sur différents canaux. Les marques peuvent également utiliser les préférences client stockées dans Real-Time CDP pour améliorer les expériences d'achat en ligne et personnaliser leurs offres promotionnelles.
- **Gestion responsable des données client** : les nouvelles fonctionnalités d'Adobe Real-Time CDP sont toutes développées dans un souci de confidentialité, avec une gouvernance appropriée à chaque étape, du chargement des données à l'activation. Disponible dès maintenant, la certification de conformité au Bouclier de protection des données d'Adobe permet aux marques opérant dans des secteurs réglementés de diffuser des expériences personnalisées tout en gérant le cycle de vie des données client et en maintenant un niveau optimal de sécurité et de conformité des données. Plus spécifiquement, le programme Healthcare Shield prend en charge les cas d'usage conformes à la réglementation HIPAA, ce qui permet aux entreprises du secteur de la santé de mettre au jour des insights en temps réel et d'améliorer les expériences proposées à la patientèle.

#### À propos d'Adobe

Adobe révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus d'informations, consultez le site [www.adobe.com/fr](http://www.adobe.com/fr).