



**Contact presse**

H+K Strategies

[Adobe.rp@hkstrategies.com](mailto:Adobe.rp@hkstrategies.com)

## Les innovations pour Adobe Experience Cloud dévoilées à Adobe Summit EMEA

- Adobe annonce la disponibilité d'Adobe Product Analytics pour les grandes entreprises, ainsi que des optimisations majeures d'Adobe Mix Modeler, Adobe Experience Manager, Adobe Real-Time Customer Data Platform et Adobe Journey Optimizer
- Utilisé par 87 % des entreprises du Fortune 100, Adobe Experience Cloud poursuit son développement rapide dans de nombreux secteurs, notamment les services financiers, l'automobile et le retail, avec des clients comme Accenture, Adidas, Daimler Benz, Lufthansa, Deutsche Telekom, Henkel, H&M, Hugo Boss, Otto, le groupe Prada, Publicis, le Real Madrid, Salomon, Santander, smart Europe, Stellantis, TSB Bank, TUI Group et Volkswagen

**LONDRES — 8 juin 2023** — Adobe (Nasdaq : ADBE) donne aujourd'hui le coup d'envoi d'[Adobe Summit EMEA 2023](#), le plus grand événement dédié à l'expérience numérique, en dévoilant des innovations apportées à [Adobe Experience Cloud](#), la solution de référence en matière de gestion de l'expérience client. Ces nouveautés permettront aux marques de déployer des expériences ultrapersonnalisées sur l'ensemble des points de contact, tout en optimisant leur efficacité opérationnelle.

« Alors que les entreprises évoluent dans un contexte économique incertain, avec des consommateurs et consommatrices très attentifs aux prix, elles doivent impérativement déployer des expériences attrayantes et personnalisées pour accélérer une croissance rentable, affirme Amit Ahuja, Senior Vice President, Digital Experience Business chez Adobe. Nos dernières innovations aident les marques à activer les données de manière inédite, favorisant les interactions avec leurs clients, et aussi les gains d'efficacité et la réduction des coûts. »

Plateforme de référence pour la diffusion, la mesure et la personnalisation des expériences client, Adobe Experience Cloud contribue à la croissance de marques de dimension internationale. Plus de 12 000 entreprises lui font confiance, dont 87 % de celles du Fortune 100 et 74 % de celles du Fortune 500, sans oublier de grandes marques de la zone EMEA, comme Accenture, Adidas, Daimler Benz, Lufthansa, Henkel, H&M, Hugo Boss, Otto, le groupe Prada, Publicis, le Real Madrid, Salomon, Santander, smart Europe, Stellantis, TSB Bank, TUI Group et Volkswagen.

## Les innovations d'Adobe Experience Cloud incluent :

- **Adobe Product Analytics** : puisque le lancement de nouvelles fonctionnalités peut aussi bien renforcer qu'altérer la fidélité client, les équipes Produit jouent désormais un rôle décisif dans la qualité de l'expérience client au global. Connectant les insights tirés de l'utilisation des produits aux informations détenues par les autres équipes responsables de l'expérience (comme le marketing), [Product Analytics](#), désormais accessible à tous et à toutes, offre des fonctionnalités en libre-service qui aident les équipes Produit à analyser l'adoption et l'utilisation par la clientèle. L'ensemble des insights sont unifiés via Customer Journey Analytics (CJA), de sorte que les entreprises bénéficient d'une vision plus globale des interactions client avec une marque. Utilisatrices de CJA, General Motors, Otto, The Home Depot, TSB Bank et Warner Bros. Discovery, ont adopté Product Analytics pour trouver de nouvelles opportunités de croissance grâce aux insights en temps réel.
- **Adobe Mix Modeler** : faisant face à une pression croissante pour prouver l'impact de leurs campagnes, répondre à des questions simples (comme décider où investir le budget) peut devenir difficile pour les responsables marketing dans un contexte de fragmentation du marketing d'aujourd'hui. Dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie, par exemple, les marques ont beaucoup de mal à évaluer l'impact potentiel d'une augmentation des campagnes de référencement payant sur le taux de réservation. Avec Mix Modeler, Adobe propose une solution en libre-service optimisée par l'IA qui aide les équipes à mesurer précisément les campagnes et à diriger leurs efforts de planification vers les bons canaux (propriétaires ou tiers en *earned* ou *paid*). Les insights reposent sur des données détaillées issues d'Adobe Experience Platform, complétées par des sources externes, des réseaux publicitaires aux réseaux sociaux. Aujourd'hui, Adobe étend l'accès à Mix Modeler au monde entier.
- **Adobe Experience Manager (AEM) nouvelle génération** : Adobe a repensé [AEM](#) pour démocratiser la modification des contenus des propriétés numériques d'une marque, à l'aide d'outils aussi familiers que Microsoft Word ou Google Docs, quel que soit son niveau de maîtrise. 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. Aujourd'hui, Adobe permet aux entreprises du monde entier d'accéder à la toute dernière version d'AEM pour déployer plus rapidement des expériences personnalisées et attrayantes. Les clients de la première heure, comme Hanesbrands, PGA TOUR, Volvo, WESCO International ou WestJet, tirent parti de la nouvelle mouture d'AEM pour offrir à leurs équipes une réelle vélocité du contenu.
- **Adobe Real-Time Customer Data Platform (Real-Time CDP)** : optimisées par Adobe Experience Platform, les applications telles que Journey Optimizer et Customer Journey Analytics fonctionnent de concert avec Real-Time CDP pour aider les entreprises à orchestrer des expériences omnicanales et à recueillir des insights pour apporter des améliorations continues. Les nouvelles avancées en matière de gestion de l'audience dans [Real-Time CDP](#) répondent aux impératifs de temps réel. Les marques peuvent désormais travailler avec des partenaires du monde entier pour étoffer leurs données first-party avec des audiences similaires. Elles peuvent aussi charger automatiquement dans Real-Time CDP les segments d'audience existant dans d'autres systèmes de l'entreprise, des *data warehouses* aux CRM, grâce à la gouvernance intégrée et à de nouvelles fonctionnalités de gestion permettant notamment d'identifier les segments à fort potentiel et de les enrichir avec d'autres données. De grandes marques européennes, comme AIDA, Henkel, EY, le Bayern Munich, NatWest, le groupe Prada, PRISA Media, le Real Madrid et Williams Racing font confiance à Real-Time CDP pour déployer des expériences client personnalisées aux moments clés.
- **Adobe Journey Optimizer (AJO)** : Adobe a présenté en avant-première une mise à jour optimisée par l'IA d'[AJO](#), une application de gestion du parcours client de nouvelle génération utilisée par de grandes marques pour orchestrer des expériences individualisées sur l'ensemble des points de contact (web, e-mails, mobiles, SMS, canaux hors ligne, etc.). Une fonctionnalité d'expérimentation infusée à l'IA offrira aux marques de puissantes capacités de test au service de leur processus décisionnel. Les entreprises tous secteurs d'activité confondus peuvent observer en temps réel l'impact de leurs offres promotionnelles

ou de leur contenu marketing lorsque la clientèle se déplace sur les canaux numériques propriétaires (en magasin ou sur les réseaux sociaux par exemple). Elles peuvent se servir d'AJO comme d'une plateforme centrale pour piloter leur stratégie omnicanal, en veillant à ce que toutes les campagnes et expériences lancées s'harmonisent parfaitement avec les interactions client en temps réel.

**Connectez-vous : Adobe Summit EMEA**

Pour suivre les keynotes et les sessions d'Adobe Summit EMEA, étendre son réseau professionnel et échanger avec un ou une spécialiste Adobe en direct, rendez-vous sur la page consacrée [au Summit EMEA virtuel](#).

**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).

© 2023 Adobe. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. Toutes les autres marques citées appartiennent à leurs propriétaires respectifs.