



**Contact presse**

Angie

[adoberp@angie.fr](mailto:adoberp@angie.fr)

## Adobe Experience Platform : des innovations boostées à l'IA générative pour une meilleure exploitation de la donnée client à l'ère post-cookies

- Le nouvel Assistant IA d'Adobe Experience Platform fournit une interface conversationnelle capable de répondre à des questions techniques et à terme, de simuler des résultats, d'automatiser des tâches et de générer des parcours et des audiences dans les applications Adobe Experience Cloud.
- Grâce à Federated Audience Composition, les équipes peuvent accéder directement aux données stockées dans les entrepôts de données (*data warehouses*) d'entreprise pour enrichir les cas d'usage en temps réel sans avoir à les copier.
- Real-Time Customer Data Platform Collaboration offrira des workflows fluides aux annonceurs et aux éditeurs pour collaborer sur la découverte, le ciblage et la mesure d'audiences à forte valeur ajoutée, sans jamais compromettre la confidentialité des données client.

**PARIS — 26 mars 2024** — À l'occasion d'Adobe Summit, le plus grand événement mondial dédié à l'expérience numérique, Adobe (Nasdaq : ADBE) dévoile plusieurs innovations majeures dans Adobe Experience Cloud. Ces innovations visent à faciliter l'unification des données client à l'échelle de l'entreprise et sont indispensables au déploiement et à la valorisation de l'IA générative. Adobe Experience Platform (AEP) offre une vue client unifiée sur tous les canaux, ce qui permet à l'IA d'analyser les données et d'en tirer des informations exploitables en temps réel. Les marques peuvent ensuite activer du contenu sur tous les canaux marketing à l'aide d'applications reposant sur AEP et mettre en œuvre une personnalisation véritablement individualisée.

40 pétaoctets de données, 5 milliards d'interactions en périphérie par jour et 17 000 milliards d'évaluations de segments quotidiennes en moins de 100 millisecondes (et ce, 99,5 % du temps) : Adobe est particulièrement bien positionné pour fournir les solutions nécessaires à l'optimisation de la gestion des données grâce au volume de profils, campagnes et interactions traité par AEP.

Parmi les principales innovations annoncées au Summit, le nouvel Assistant IA d'Adobe Experience Platform décuple la productivité liée aux workflows de l'expérience client et démocratise l'accès à la plateforme grâce à une interface conversationnelle. Federated Audience Composition permet d'exploiter les données à forte valeur ajoutée hébergées au sein d'entrepôts de données d'entreprise sans devoir transférer ou copier ces données dans AEP. Les fonctionnalités d'activation des données *first-party* d'Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP) simplifient la collaboration entre annonceurs et éditeurs.

« Les marques font appel à Adobe Experience Platform et aux applications d'entreprise Adobe pour réaliser la personnalisation à grande échelle, un impératif de plus en plus pressant à l'ère de l'IA générative », déclare Anjul Bhambhri,

Senior Vice President, Adobe Experience Cloud. « Grâce aux innovations apportées à AEP, comme l'Assistant IA optimisé par l'IA générative, les marques peuvent appréhender chaque contexte client et générer des expériences omnicanales sur mesure. Ces nouveautés renforcent la productivité et favorisent l'idéation, tout en garantissant le respect des contrôles de gouvernance et de sécurité les plus stricts. »

*"Chez NBCUniversal, nous sommes toujours à la recherche de nouvelles façons de rendre nos plateformes de télévision et de streaming plus efficaces pour les annonceurs", a déclaré Ryan McConville, EVP, Ad Platforms & Operations, NBCUniversal Advertising & Partnerships. "L'un des moyens d'y parvenir est d'accroître la collaboration sur les données first-party, ce qui nous aide à personnaliser les messages publicitaires et à mesurer les résultats des campagnes d'une manière durable avec l'abandon des cookies et de signaux third-party. Nous sommes ravis de nous appuyer sur Adobe Real-Time CDP, une plateforme qui nous permet de mener cet effort commun en temps réel, afin d'obtenir des informations rapides, d'activer des campagnes et de mesurer les résultats plus rapidement et avec plus de précision que jamais auparavant."*

### **Assistant IA d'Adobe Experience Platform**

L'[Assistant IA d'AEP](#) décuple la productivité des spécialistes de l'expérience client, de démocratiser l'accès à la plateforme et de faciliter le processus d'idéation. Ces progrès sont rendus possibles via une interface conversationnelle simple, capable de répondre à des questions techniques et à terme, d'automatiser des tâches, de simuler des résultats et de générer de nouveaux parcours et audiences dans les applications Adobe Experience Cloud comme Adobe Real-Time CDP, Adobe Journey Optimizer et Adobe Customer Journey Analytics.

Pour ce faire, l'Assistant IA s'appuie sur l'IA générative et sur des modèles d'expérience génératifs qui exploitent la connaissance des produits et les *insights* d'Adobe basés sur les données, les campagnes, les audiences et les objectifs commerciaux d'une entreprise, le tout sans le moindre risque pour la marque et dans le respect de la confidentialité.

### **Adobe Real-Time CDP Collaboration : la nouvelle référence en matière de gestion des données client**

Les responsables marketing ont longtemps fait appel aux cookies tiers pour optimiser les campagnes publicitaires et la personnalisation. Avec la disparition de cette source d'information, les marques cherchent de nouveaux moyens pour découvrir, cibler et mesurer des audiences à forte valeur ajoutée. Dernier-né de l'offre Adobe Real-Time CDP, [Real-Time CDP Collaboration](#) permet aux équipes de tirer le meilleur parti de leurs données *first-party* et de collaborer en toute sécurité avec des partenaires de confiance dans le respect de la confidentialité.

L'approche flexible d'Adobe offre à ses clients la possibilité de tirer profit des données de n'importe quelle source (Amazon Web Services, Databricks, Google, Microsoft Azure, Snowflake, etc.) en toute sécurité. De leur côté, des partenaires en gestion des identités tels qu'Acxiom, Blockgraph, Experian, LiveRamp, Merkle et Unified ID 2.0 aident les marques à s'adapter à leurs audiences.

En effet, Adobe s'associe à NBCUniversal en tant que premier éditeur à permettre aux marques de découvrir et d'atteindre des publics grâce aux données *first-party* de l'entreprise et aux données de diffusion des campagnes, afin de mieux comprendre les habitudes de visionnage et les centres d'intérêt des spectateurs. Les entreprises peuvent ensuite utiliser ces informations pour informer et activer des campagnes de marketing directement, sur n'importe quelle propriété numérique du portefeuille de NBCUniversal, avec des mesures d'engagement pour soutenir une mesure globale de la performance publicitaire.

### **Federated Audience Composition dans Adobe Experience Platform**

Federated Audience Composition permet aux marques d'exploiter les données à forte valeur ajoutée stockées dans les entrepôts de données de l'entreprise dans le cadre de workflows d'expérience client, tout en limitant le transfert ou la copie

de ces données dans les applications Adobe. Adobe Real-Time CDP et Adobe Journey Optimizer aident les professionnels à créer des audiences et à enrichir les profils client à partir de signaux agrégés. Cela vient soutenir la prise de décisions pour optimiser les interactions tout au long du parcours et personnaliser le contenu sur chaque canal au moment idéal, le tout en fédérant les données et audiences de ces entrepôts et de plateformes de données comme AWS Redshift, Azure Synapse, Databricks SQL, BigQuery et Snowflake. Les responsables marketing bénéficient ainsi d'une expérience fluide et ce, dans le respect des contrôles de sécurité et d'administration des données.

**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).