



Contact presse
Angie
adoberp@angie.fr

Les nouveautés d'Adobe Journey Optimizer s'appuient sur l'IA et l'expérimentation temps réel pour des parcours client optimisés

- Avec l'expérimentation unifiée dans Adobe Experience Platform (AEP) et Adobe Journey Optimizer (AJO), les marques pourront optimiser les parcours client afin de favoriser la réutilisation des offres sur les différents canaux et d'obtenir un maximum de conversions.
- AJO améliore l'orchestration du parcours client en connectant les campagnes et les signaux émis par les clients en temps réel. Cette approche permet d'interagir avec les bonnes personnes et d'éviter les communications marketing mal ciblées.
- Basée sur AEP, l'application AJO B2B Edition offrira aux équipes transversales la même vue des groupes d'achat de comptes client, auxquels elle proposera des expériences optimisées par l'IA générative.

Paris, le 26 mars 2024 — À l'occasion d'Adobe Summit, le plus grand évènement mondial dédié à l'expérience numérique, Adobe (Nasdaq : ADBE) présente plusieurs innovations majeures dans Adobe Experience Cloud. Grâce à la nouvelle fonctionnalité d'expérimentation unifiée (Unified Experience), les marques augmentent le volume des tests pour identifier les parcours client qui maximisent la conversion et favorisent la réutilisation des offres sur l'ensemble des canaux. Quant aux fonctionnalités d'Adobe Journey Optimizer (AJO), elles aideront les entreprises B2B et B2C à améliorer l'orchestration du parcours et à proposer des expériences personnalisées et de circonstance.

« Les modes d'interaction client représentent des défis particuliers pour les marques B2B et B2C, auxquels les solutions Adobe Experience Cloud apportent des réponses spécifiques, adaptées à chacun de ces secteurs », déclare Amit Ahuja, Senior Vice-President, Digital Experience Business, Adobe. « En unifiant des données disparates par le biais d'Adobe Experience Platform et en bénéficiant d'une vue d'ensemble de leur clientèle, les marques peuvent proposer une personnalisation véritablement individualisée ou interagir avec des groupes d'achat précis au sein de comptes cibles. »

« Les consommateurs et les consommatrices attendent des marques qu'elles soient à l'écoute de leurs préférences. C'est pourquoi Marriott s'attache à offrir à sa clientèle une expérience ultra personnalisée au moment idéal sur chaque canal numérique », explique Amit Manurkar, VP, Digital Content & MarTech, Marriott International. « Adobe Experience Cloud aide nos équipes du monde entier à proposer des moments personnalisés à grande échelle, tout au long du parcours et sur l'ensemble des points de contact, notamment grâce à l'application Marriott Bonvoy d'ailleurs primée. »

Une expérimentation unifiée avec AEP et AJO

Grâce aux services d'expérimentation unifiés et d'optimisation basés sur les objectifs, qui utilisent des modèles statistiques améliorés, les responsables marketing et de produit ainsi que les équipes de développement tirent parti des fonctionnalités

de prise de décision intégrées pour composer les parcours client. Le but : favoriser la réutilisation des offres sur les différents canaux de communication ou d'optimiser le parcours idéal que la clientèle doit emprunter en vue d'obtenir un maximum de conversions. Ainsi, les marques peuvent mettre progressivement en œuvre l'expérimentation et la prise de décision dans leurs contenus, canaux, audiences, parcours et modèles de machine learning. Grâce à l'administration centralisée, elles déploient les expériences concluantes, résolvent les conflits et gèrent des groupes d'exclusion au niveau mondial.

Les innovations d'AJO

- **AJO B2B Edition** : basée sur AEP, l'application d'entreprise AJO B2B Edition est une solution unique, consacrée aux parcours de groupes d'achat spécifiques au sein des comptes. Grâce à elle, le marketing et les ventes peuvent agir comme une équipe coordonnée générant des revenus en favorisant une expérience d'achat B2B personnalisée et en créant de la demande avec davantage de précision. Cette application tire parti des données unifiées dans Adobe Experience Platform et de l'IA générative pour personnaliser le parcours. De plus, puisqu'elle complète les workflows de gestion des leads dans Adobe Marketo Engage, l'offre B2B obtenue est plus complète.
- **Nouvelles fonctionnalités** : l'orchestration du parcours à l'initiative de la marque a été améliorée dans AJO afin de faire le lien entre les campagnes et les signaux émis par la clientèle, et ce en temps réel. Cette approche permet d'interagir avec les bonnes personnes et d'éviter les communications marketing mal ciblées. En outre, les améliorations apportées aux canaux mobiles et web dans AJO offrent une prise en charge complète incluant les notifications push, les messages in-app, les expériences basées sur le code et les flux de messages.

À propos d'Adobe :

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