



Contact presse

Angie

adoberp@angie.fr

Les nouvelles solutions d'IA générative d'Adobe GenStudio répondent à l'explosion de la demande de contenus personnalisés

- Adobe propose un ensemble intégré de produits de référence qui accélèrent la *content supply chain*, c'est-à-dire le processus complet sur lequel toute entreprise s'appuie pour fournir le contenu utilisé dans les campagnes marketing et les expériences client personnalisées.
- Grâce à la solution Adobe GenStudio s'appuyant sur l'IA générative et aux intégrations natives dans Adobe Experience Cloud et Creative Cloud, les responsables marketing peuvent rapidement planifier, créer, gérer, activer et évaluer du contenu de marque.
- Adobe Firefly est intégré en mode natif dans les workflows à travers les nouveaux services et modèles personnalisés (Modèles Personnalisés) Firefly qui ouvrent la voie à la production de contenu à grande échelle adaptée aux besoins particuliers des entreprises.

Paris, le 26 mars 2024 — À l'occasion d'Adobe Summit, le plus grand événement mondial dédié à l'expérience numérique, Adobe (Nasdaq : ADBE) présente des innovations majeures qui permettront aux marques d'optimiser l'intégralité de leur *content supply chain* grâce à l'IA générative. De la création à sa diffusion, le cycle de vie du contenu (ou *content supply chain*) est un processus complet sur lequel reposent les campagnes marketing et les expériences client personnalisées. Dans la plupart des entreprises, elle réunit des workflows, des équipes et des systèmes déconnectés qui ne sont souvent pas fonctionnels alors même que la demande de contenus personnalisés et engageants explose.

Les cinq composantes clés de la *content supply chain* incluent :

- **Workflow et planification** : mise en place de workflows fluides et simplifiés tout au long du cycle de vie du contenu, accélération du processus de révision et validation, et automatisation des workflows manuels
- **Création et production** : accélération de l'idéation et de la création pour libérer la créativité, augmentation de la production et maintien de la qualité
- **Gestion des assets** : accès à des millions d'assets aisément réutilisables et cohérence de la marque assurée
- **Diffusion et activation** : optimisation des expériences et de l'efficacité des contenus et campagnes, et activation rapide des assets
- **Insights et reporting** : évaluation de l'efficacité des contenus tout au long du parcours client en fonction de métriques commerciales

Les entreprises peuvent utiliser l'ensemble intégré de produits de référence d'Adobe pour automatiser et optimiser leur *content supply chain*. Avec Adobe GenStudio, nouvelle solution basée sur l'IA générative, les équipes marketing peuvent planifier, créer, gérer, activer et évaluer rapidement du contenu de marque.

« Tenues de gagner en efficacité au sein de leurs organisations, les plus grandes agences et marques internationales font appel à Adobe pour accélérer leur *content supply chain*, observe Eric Hall, chief marketing officer, Adobe Experience Cloud. Adobe occupe une position unique lui permettant de combiner les meilleures applications à travers Adobe Experience Cloud et Adobe Creative Cloud avec l'IA générative intégrée en natif, pour que les équipes puissent stimuler la productivité et assurer la personnalisation à l'échelle. »

« Depuis plus de 175 ans, Pfizer est à l'origine d'avancées médicales et l'innovation numérique et de l'IA renforce notre capacité à fournir des contenus toujours plus pertinents sur nos médicaments et vaccins vitaux pour les patients et médecins lorsqu'ils en ont besoin, » explique Lidia Fonseca, Chief Digital and Technology Officer. « Grâce à notre partenariat avec Adobe, nous transformons notre *content supply chain* et aidons nos équipes à créer un meilleur contenu, plus rapide et plus personnalisé. »

Nouvelles fonctionnalités de planification et d'intégration du workflow

- **Module Planification dans Adobe Workfront** : dans la nouvelle version de Workfront, chaque utilisateur et utilisatrice a une vue unifiée de l'ensemble des activités du cycle de vie marketing grâce à des briefs dynamiques et des calendriers de campagne visuels. Ce module connecte les éléments de toutes les campagnes marketing (assets, échéances, état d'avancement des projets et indicateurs de performance) pour garantir une planification stratégique et un lancement rapide des campagnes.
- **Intégration entre Workfront et Frame.io** : cette intégration native du workflow de révision et de validation facilite la collaboration entre les équipes transversales. En effet, lorsqu'un marketeur crée un projet dans Workfront, un projet parallèle est automatiquement généré dans Frame.io (l'outil de partage de contenu et de suivi des commentaires utilisé par les créatifs). Les assets et commentaires partagés sont immédiatement visibles dans les deux applications.

Nouvelles fonctionnalités de création et de production

- **Nouveautés Firefly** : les Modèles Personnalisés permettent aux entreprises d'entraîner et de personnaliser Firefly sur la base de leurs assets (produits, identités de marque, campagnes, etc.). Les services Firefly sont des API qui peuvent être incorporés dans n'importe quel workflow pour faciliter la création et la modification de centaines de déclinaisons d'assets localisés ou personnalisés.
- **Nouveautés de Creative Cloud abonnement Entreprise** : la fonctionnalité Scènes composites permet de placer facilement des produits et des objets dans une multitude de scènes de qualité (avec couleurs, tons, éclairages et textures) en quelques secondes. Les Kits stylistiques servent, quant à eux, à créer et partager des templates pour pouvoir enregistrer et réutiliser des paramètres prédéfinis, des assets de référence et des prompts Firefly.
- **Adobe Express pour les entreprises** donne aux responsables marketing les moyens de créer et modifier du contenu de marque rapidement et en toute autonomie. À l'aide de templates et de commandes stylistiques, les créatifs peuvent définir les couleurs et les polices et verrouiller des éléments tels que les images de sorte que les profils non créatifs préservent l'identité visuelle de la marque.

Nouvelles fonctionnalités de gestion des assets

- **Adobe Experience Manager (AEM) Assets** : la distribution des assets de marque dans l'entreprise et aux partenaires, agences et autres parties prenantes est désormais simplifiée. Les équipes peuvent collaborer et

partager des images, des icônes, des fichiers PDF ou encore des vidéos pour tous les cas d'usage, depuis une plateforme de contenu unifiée qui connecte Adobe GenStudio à AEM Assets et où tout le monde peut retrouver un asset pour créer des variantes personnalisées avec le service Firefly d'Adobe Express, l'application de création de contenu tout-en-un.

Nouvelles fonctionnalités de diffusion et d'activation

- **Génération de déclinaisons avec AEM Sites** : à partir d'un asset marketing, une marque peut créer une multitude de variantes qui interpellent des publics différents. Par exemple, une page web peut être déclinée en un certain nombre de variantes personnalisées pour divers profils cibles selon plusieurs critères (secteur d'activité, fonction, tranche d'âge, etc.). Edge Delivery Services écourte le plus possible le temps de chargement des pages pour un meilleur classement dans les résultats de recherche, et un engagement et taux de conversion accrus. La création basée sur des documents dans AEM Sites permet aussi des équipes élargies de créer des pages web dans Microsoft Word ou Google Docs.
- **Génération d'e-mails avec Adobe Journey Optimizer** : il suffit aux responsables marketing de définir les caractéristiques des audiences et les objectifs de la campagne pour générer des e-mails entiers avec texte et images. La création de contenu à grande échelle est ainsi facilitée lors des périodes de pic, comme les fêtes de fin d'année, où les marques souhaitent envoyer des offres personnalisées par e-mail.

Nouvelles fonctionnalités de collecte d'insights et de reporting

- **Adobe Content Analytics** : les entreprises peuvent évaluer l'efficacité des contenus générés par l'IA en détaillant chacun de leurs attributs. Le système est capable d'analyser et d'identifier les éléments (couleurs, objets, styles) qui plaisent aux audiences cibles. Cette boucle de rétroaction est indispensable pour s'assurer que le contenu généré par l'IA est conforme aux objectifs de l'entreprise.

À propos d'Adobe

Adobe révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus d'informations, consultez le site

www.adobe.com/fr.