



Contact presse
Angie
adoberp@angie.fr

Adobe LLM Optimizer aide les entreprises à améliorer leur visibilité face à l'essor des services conversationnels et du trafic généré par l'IA

- Adobe a dévoilé LLM Optimizer, une nouvelle application à destination des entreprises conçue pour aider les marques à renforcer leur visibilité et l'engagement client à l'ère des navigateurs et services de chat qui intègrent l'IA générative
- LLM Optimizer permet aux entreprises de suivre le trafic généré par l'IA, d'évaluer la visibilité de leur marque et de recevoir des recommandations activables rapidement sur l'ensemble de leurs canaux numériques.
- Les consommateurs accordent de plus en plus de valeur aux expériences conversationnelles avec leurs marques préférées, comme en témoignent les derniers chiffres d'Adobe révélant une hausse de 3 500 % du trafic vers les sites de retail américains en provenance de sources d'IA générative.

CANNES, le 16 juin 2025 — À l'occasion des Cannes Lions, Adobe (Nasdaq : ADBE) a annoncé aujourd'hui le lancement d'[Adobe LLM Optimizer](#), une nouvelle application d'entreprise qui aide les marques à améliorer leur visibilité sur les interfaces optimisées par l'IA. Grâce à cette solution, les entreprises peuvent suivre le trafic généré par l'IA, tout en recevant des recommandations activables instantanément sur leurs canaux numériques afin d'améliorer la visibilité, l'engagement et les conversions. Adobe LLM Optimizer permet d'anticiper l'évolution des comportements et de rester au premier plan à l'heure où les consommateurs découvrent et s'informent sur les produits et services via le langage naturel des IA génératives. En effet, une nouvelle génération de consommateurs aime déjà échanger avec leurs marques préférées : des insights d'Adobe Analytics montrent une hausse de 3200 % du trafic vers les sites de voyage et 3 500 % vers les sites de retail américains entre juillet 2024 et mai 2025 provenant de sources d'IA générative, grâce aux conseils d'achat, bonnes idées et promotions.

« Les interfaces alimentées par l'IA générative s'imposent comme des points de contact clés tout au long du parcours client, de la découverte à l'engagement jusqu'à la décision d'achat », déclare Loni Stark, Vice President of Strategy and Product for Adobe Experience Cloud. « Avec Adobe LLM Optimizer, nous permettons aux marques d'aborder ce nouvel environnement avec confiance, en s'assurant qu'elles se démarquent et saisissent les moments décisifs. »

Adobe LLM Optimizer permet aux marques de :

- **Surveiller et booster le trafic optimisé par l'IA** : LLM Optimizer identifie le contenu de la marque (les détails d'un site web, par exemple) que les interfaces optimisées par l'IA utilisent pour répondre aux requêtes des internautes. Les équipes ont ainsi une vision en temps réel de la présence de leur marque sur les navigateurs et les services conversationnels. Une analyse comparative leur permet aussi d'évaluer cette visibilité face à la concurrence sur des requêtes à forte valeur ajoutée, et d'orienter ainsi la stratégie de contenu.
- **Optimiser le contenu pour améliorer la visibilité** : un moteur de recommandations détecte tout manque de visibilité de la marque et suggère des améliorations sur leurs propriétés numériques (pages web, FAQ) et les sources externes (Wikipédia, forums publics) en fonction des attributs mis en avant par les grands modèles de langage (LLM), y compris le contenu informatif de qualité provenant de sources fiables. Les équipes pourront immédiatement appliquer ces recommandations d'un simple clic. Aussi, une fonctionnalité d'attribution connecte la visibilité soutenue par l'IA au comportement des clients et à la performance commerciale, pour mesurer de façon pertinente l'impact sur l'engagement, les conversions et le trafic en aval. Enfin, des rapports d'insights prêts à l'emploi permettront aux équipes de démontrer l'impact business aux parties prenantes internes.

Conçu pour s'intégrer aux workflows existants des responsables SEO, des spécialistes de la stratégie de contenu, des responsables du marketing digital et des éditeurs de sites web, LLM Optimizer facilite l'accès aux insights et aux recommandations sur le trafic optimisé par l'IA, et ce, à l'échelle de l'entreprise. L'application prend également en charge des frameworks d'entreprise tels qu'Agent-to-Agent (A2A) et Model Context Protocol (MCP), pour une intégration parfaitement fluide avec des solutions tierces et des agences partenaires.

Adobe LLM Optimizer peut être utilisé comme une application autonome. Il sera aussi intégré nativement avec [Adobe Experience Manager Sites](#), le système de gestion de contenu (CMS) de référence utilisé par de nombreuses entreprises aujourd'hui.

Adobe aux Cannes Lions

La présence d'Adobe aux Cannes Lions 2025 met à l'honneur le pouvoir transformateur de la créativité, du marketing et de l'intelligence artificielle. À travers des expériences interactives, des panels inspirants et des collaborations avec des marques et plateformes de premier plan, Adobe démontre comment l'innovation technologique façonne l'avenir des expériences client personnalisées. En savoir plus [ici](#).

À propos d'Adobe

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

* Les insights d'Adobe Analytics s'appuient sur des transactions en ligne réelles, illustrant l'impact de l'IA générative sur l'économie numérique. Les données liées au retail, par exemple, reposent sur l'analyse de plus de 1 000 milliards de visites sur des sites de retail américains, un volume de données supérieur à celui de toute autre entreprise technologique ou organisation de recherche.