



Contact presse
Angie
adoberp@angie.fr

AJO, AEM Sites et les solutions B2B d'Adobe se dotent de nouvelles fonctionnalités et agents IA qui unifient les workflows

LAS VEGAS — 18 mars 2025 — À l'occasion d'Adobe Summit, le plus grand événement dédié à l'expérience numérique, Adobe (Nasdaq : ADBE) a dévoilé aujourd'hui les nouvelles fonctionnalités d'Experience Cloud, pour soutenir les entreprises dans le déploiement d'expériences client innovantes et hautement personnalisées sur tous les points de contact. Cette ambition, génératrice de croissance, se heurte cependant à des workflows décousus en matière de données, de contenu et de parcours client.

Adobe révèle de puissantes capacités permettant de dégager, à l'aide d'agents IA à mission spécifique, des insights exhaustifs et actionnables pour des expériences engageantes et unifiées sur différents canaux. Ces innovations sont alimentées par la plateforme IA d'Adobe, qui rassemble agents et modèles IA : modèles Firefly commercialement sûrs, agents et modèles tiers, les insights provenant de la donnée first-party – le tout infusé dans les applications Adobe. Adobe unifie ainsi le marketing et la créativité à travers sa plateforme IA.

« Offrir des expériences client unifiées requiert un effort d'agilité et de simplification des opérations dans la mesure où les exigences des clients impliquent des contraintes de temps et de ressources », explique Amit Ahuja, senior vice president, Digital Experience Business, Adobe. « Fort d'une solide expertise pour unifier des workflows d'IA, de données et de production de contenu, Adobe est idéalement positionné pour aider les entreprises à surmonter ces obstacles. »

Adobe Experience Cloud est la suite de services basés dans le cloud qui aide les entreprises à orchestrer leurs expériences client à l'ère de l'IA, de l'analytics au ciblage en passant par l'orchestration du parcours client et la gestion du contenu. Des marques de renom comme The Coca-Cola Company, Coles, Delta Air Lines, Eli Lilly & Company, General Motors, HDFC Bank, Henkel, The Home Depot, Major League Baseball, Marriott International, NVIDIA, PGA Tour, Sony PlayStation, TSB Bank, Ulta Beauty, U.S. Bank et Qualcomm font confiance à Adobe Experience Cloud pour mettre en œuvre des workflows de planification, de compilation et de diffusion d'expériences client personnalisées et percutantes.

Nouveau : Adobe Journey Optimizer Experimentation Accelerator

Adobe Journey Optimizer (AJO) Experimentation Accelerator est un nouveau module "AI-first", basé sur Adobe Experience Platform (AEP), la plateforme qui alimente Adobe Experience Cloud et offre une vue client unifiée sur tous les canaux. AJO Experimentation Accelerator s'adresse aux équipes en charge de la croissance de leur entreprise. Le nouvel agent

Experimentation analyse automatiquement les tendances, les bonnes pratiques et les enseignements tirés des expérimentations précédentes et en cours, pour fournir des insights exploitables et des recommandations de test. Pour cela, il se base sur les probabilités d'impact les mieux classées. Il repose sur AEP Agent Orchestrator, qui aide les entreprises à gérer et orchestrer des agents IA Adobe et tiers.

Les équipes peuvent appliquer les recommandations aux campagnes et aux parcours client actifs dans AJO et faire des tests dans Adobe Target. AJO Experimentation Accelerator tire parti des données unifiées en temps réel dans AEP pour améliorer les possibilités d'apprentissage et d'optimisation. En plus, il met à disposition des équipes transversales une vue unifiée des enseignements, des mesures commerciales clés, de l'impact des performances et des facteurs de croissance. La démocratisation des insights permet de lancer des programmes d'expérimentation à l'échelle de l'entreprise.

Adobe Experience Manager Sites Optimizer

Sites Optimizer est la nouvelle application d'[Adobe Experience Manager](#) (AEM), le CMS multi-canaux de référence. Sites Optimizer booste l'acquisition de trafic web et l'engagement en diagnostiquant automatiquement les problèmes et en suggérant des améliorations directement applicables. De grandes entreprises l'ont d'ores-et-déjà adoptée et proposent des expériences fortes qui servent des objectifs ciblés sur l'engagement et la conversion. C'est notamment le cas de The Hershey Company (augmentation de 15% de la visibilité organique), PGA TOUR (résolution UX et performances de la page 3x plus rapide) et Wilson Company (hausse de 24% du taux de conversion pour la variation optimisée par l'A/B testing la plus performante).

Cette solution complète simplifie l'ensemble du processus d'optimisation des sites web. Le nouvel agent IA Site Optimization surveille les performances du trafic en temps réel, et peut anticiper, détecter et recommander les opportunités à fort impact. Reposant également sur AEP Agent Orchestrator, il peut suggérer et générer automatiquement des variations de contenu adaptées à la marque – avec prévisualisation au sein de plusieurs options de landing pages - et visant à booster la conversion. Une expérience web ne provoque qu'un faible engagement ? Le trafic est ralenti en raison de problèmes de référencement de type rupture de liens retours ? L'agent cerne le problème et propose, en toute autonomie, des solutions applicables en un clic par les responsables marketing.

Grâce à un partenariat étendu avec Google Merchant Center (dans Google Shopping), AEM Sites Optimizer assure la bonne synchronisation des données produit entre un site et les produits sponsorisés sur Google. Autres avantages : le chargement des données et des insights de Google, et l'identification d'axes d'amélioration pour les conversions. Les entreprises disposent ainsi d'une vue complète de leur inventaire commercial et peuvent effectuer les ajustements nécessaires en temps réel pour offrir la meilleure expérience possible aux visiteurs.

Nouvelles fonctionnalités destinées aux équipes B2B

Adobe a également annoncé des nouveautés pour orchestrer les stratégies de go-to-market B2B. Les entreprises du B2B passent énormément de temps à identifier et à entrer en relation avec les décideurs clés avec des expériences sur mesure. Leurs efforts sont toutefois minés par la dispersion des données, des équipes et des technologies, qui provoque inefficacités et retards. Optimisées par les données unifiées dans AEP, les nouvelles fonctionnalités d'AJO et de Customer Journey Analytics visent à résoudre ces problèmes pour concevoir des parcours pertinents et attrayants. Ces nouvelles fonctionnalités incluent :

- **Agents IA pour l'orchestration de comptes B2B :** Adobe introduit des agents IA afin d'aider les entreprises à conclure plus rapidement des ventes. Intégrés à AJO B2B Edition, ils optimisent les workflows tout au long du cycle de vie client. Ils exploitent les données marketing et first-party pour former des groupes d'achat, attribuer des rôles et détecter les profils manquants pour la génération de leads à fort potentiel. Ces agents IA peuvent également recommander des parcours multi-canaux pour les membres authentifiés et manquants d'un groupe d'achat, organisés par compte et centres d'intérêt en matière de produits afin d'optimiser le ciblage. Enfin, ces agents IA simplifient la collaboration des équipes commerciale et marketing et accélèrent les ventes, notamment en synthétisant l'engagement de groupes d'achat ou des réunions client. Ils peuvent aussi automatiser des tâches telles que le suivi des e-mails et le lancement d'alertes sur les pics d'engagement. L'agent Account Qualification, par exemple, aide les équipes à évaluer et à développer de nouvelles opportunités pour créer un pipeline de vente et mobiliser les décideurs.
- **Intégration à LinkedIn :** pour cibler les membres authentifiés et manquants d'un groupe d'achat, les responsables marketing B2B peuvent s'appuyer sur les insights exclusifs de LinkedIn, que ce soit sur des personnes précises ou l'entreprise tout entière (intentions d'achat, centres d'intérêt des décideurs, etc.) Ces insights LinkedIn peuvent être utilisés dans les workflows d'AJO B2B, ce qui permet aux équipes de prospecter et de faire avancer des projets commerciaux.
- **Création de contenu optimisée par l'IA :** les responsables marketing B2B peuvent aussi miser sur la création de contenu optimisée par l'IA pour différents canaux (e-mail, web, paid media, etc.) avec des fonctionnalités de personnalisation dynamique aux niveaux individuel, compte et groupe d'achat. Les intégrations natives à l'IA générative d'Adobe Firefly (qui incluent des fonctionnalités texte à l'image) leur donnent la possibilité de créer rapidement du contenu de qualité, utilisable à des fins commerciales sans aucun risque. Enfin, Adobe Express étant incorporé dans AJO B2B Edition et Marketo Engage, ces équipes ont accès à des templates professionnels pour créer et retoucher rapidement du contenu marketing.
- **Insights exploitables sur les parcours client :** grâce à la nouvelle application Adobe Customer Journey Analytics B2B Edition, annoncée prochainement, les équipes génératrices de revenus pourront partager des insights et s'aligner sur des objectifs chiffrés. D'autres, optimisés par l'IA, leur permettront de comparer l'impact des campagnes aux mesures commerciales clés, comme la progression dans le pipeline de vente, les opportunités de montée en gamme et la santé des comptes client. Des insights en temps réel sur les parcours client amélioreront encore la personnalisation des expériences sur l'ensemble des canaux, des audiences et du contenu, pour booster l'engagement, les conversions et les ventes sur le pipeline.
- **Parcours lead et contacts réinventés :** pour les parcours individuels issus de l'*inbound* ou des stratégies de gestion des leads, Marketo Engage intègre un nouveau moteur d'orchestration et de conception visuelle des parcours client, pour accélérer les initiatives de nurturing des marketeurs B2B. Cette nouvelle solution permet aux équipes de créer des campagnes intelligentes, en s'appuyant sur un agent IA pour les accompagner dans la conception et l'optimisation de la conversion. Les clients de Marketo Engage bénéficient ainsi de la puissance d'AEP, qui leur offre des analyses de données avancées, des agents IA et d'autres fonctionnalités directement accessibles via l'application Marketo Engage.

À propos d'Adobe

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