

Les sept critères indispensables d'un DAM de nouvelle génération

Les équipes marketing et IT subissent une pression écrasante pour proposer des expériences digitales d'exception. Un système de gestion des assets digitaux (DAM) de nouvelle génération remplissant les sept critères ci-dessous peut vous permettre de répondre aux demandes en matière de contenu et de créer une expérience client parfaitement fluide.

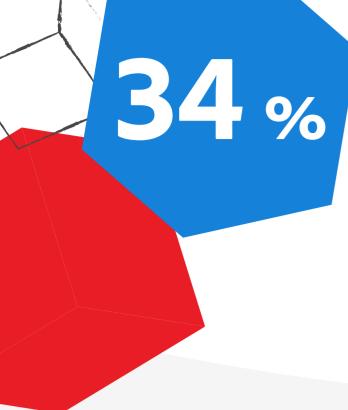


workflows.

Simplifiez les

équipes de production vidéo et les agences externes pour profiter aujourd'hui d'un processus de publication trois fois plus rapide. Source : Adobe Hausse moyenne de la productivité

En passant à une plateforme DAM à la demande, la société de services financiers UBS a pu améliorer la collaboration avec ses



recherche accélérée des assets

des équipes grâce aux améliorations



suivantes:

collaboration optimisée

En remplaçant un DAM obsolète par une plateforme qui s'intègre avec d'autres applications (CRM, CMS ou logiciel de gestion du travail), vous pouvez créer des campagnes unifiées sur l'ensemble de vos systèmes et de vos canaux.



révisions et validations simplifiées



50%

campagnes.

Unifiez la

2 gestion des

Plus de la moitié des consommateurs utilisent constamment ou fréquemment plusieurs appareils à la fois et interagissent sur les différents canaux d'une même enseigne : site web, magasin, réseaux sociaux, etc.





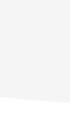
Source: Adobe











Maîtrisez



Un DAM capable de redimensionner automatiquement

des images et des vidéos à la taille ou au format

nécessaire vous aide à déployer rapidement plus

de contenu sur plus de canaux.







Un DAM intelligent qui automatise la création et la diffusion de contenu grâce au machine learning

personnalisées auprès de toutes les audiences.

vous donne les moyens de déployer des expériences



Optimisez la

du contenu.

personnalisation

une stratégie poussée de personnalisation



Source : Adobe

Pourcentage de consommateurs qui sont dissuadés

d'effectuer un achat lorsque le contenu n'est pas

personnalisé ou optimisé pour leur appareil



Source : Statista

Gérez les

5 Assurez une réactivité

sans faille.

Pourcentage de consommateurs qui indiquent interagir exclusivement avec du contenu personnalisé client et les taux de conversion Source: SmarterHQ

> Un DAM intelligent automatise le balisage du contenu à l'aide de mots-clés alignés sur

la taxonomie de votre marque pour une

Réduction moyenne des délais de lancement des campagnes marketing grâce à la simplification de la création et de la diffusion des contenus

recherche d'assets plus rapide et plus simple.

Pour satisfaire aux attentes des clients en matière de

moment donné, sur un canal donné.

contenu adaptatif, il vous faut un DAM capable de générer automatiquement différentes versions d'un même asset et de les proposer en temps réel à un client donné, à un



métadonnées sans effort.

Source : Adobe

Source : IDC et Adobe

Amélioration des workflows de création d'assets grâce à l'automatisation du balisage des métadonnées

En utilisant un DAM qui mesure les

Amélioration du retour sur

investissement sur trois ans

ayant déployé un DAM

enregistrée par des entreprises



366%

performances de vos assets, vous savez exactement quel est l'impact des différentes expériences créatives plus pertinents. sur vos résultats commerciaux.

Source : IDC

Un DAM de nouvelle génération vous permet d'analyser :

comment les

interactions évoluent

d'un appareil à l'autre

Chris Hammond

Chief Digital Officer

comment les gens

interagissent avec

votre contenu

quel contenu enregistre

la meilleure performance

Avec Adobe Experience Manager, que nous utilisons plus précisément pour la création d'expériences, les gains de temps et d'énergie sont au rendez-vous. Nous sommes aussi en mesure de produire du contenu tout en privilégiant le client."

Créez des expériences en toute fluidité.

En savoir plus

Améliorez l'engagement et la fidélisation client en déployant plus de

contenu personnalisé, plus vite, avec Adobe Experience Manager Assets.



dans d'autres pays.

© 2022 Adobe. Tous droits réservés.

marques ou des marques déposées d'Adobe aux États-Unis et/ou

Sources: « Optimising FSI Customer Experiences, Part 2: Content Velocity », blog de Michael Plimsoll, Adobe Digital Experience, 15 novembre 2017 « Top 5 Traits of a Winning Digital Asset Management Platform », article d'IDC Technology Spotlight, parrainé par Nuxeo, octobre 2017 « 2018 Adobe Consumer Content Survey », Adobe, 2018

« A Study of 46,000 Shoppers Shows That Omni-channel Retailing Works », Emma Sopadjieva, Utpal M. Dholakia et Beth Benjamin, Harvard Business Review, 3 janvier 2017 « Démontrer la valeur ajoutée du DAM », IDC et Adobe, juin 2015

« Study: Where is Personalization Missing the Mark? », Giselle Abramovich, Adobe, 27 mai 2020 « Leading Benefits from Personalization According to Marketing Professionals In the United States as of March 2020 », Statista, septembre 2021

« Privacy & Personalization: Consumers Share How to Win Them Over Without

« The Business Value of Adobe Experience Manager Assets », IDC, février 2018

Crossing the Line », SmarterHQ, 2021

Adobe, le logo Adobe et Adobe Experience Manager Assets sont des



