

## FOCUS SUR LES FONCTIONNALITÉS

# Adobe Journey Optimizer : optimisation du parcours client

Proposez le meilleur contenu, la meilleure offre ou la meilleure expérience à chaque client et à chaque cliente tout au long de son parcours avec votre marque.

Déployez des expériences personnalisées pertinentes et gérez de grandes quantités de contenu, tout en préservant la cohérence de votre image de marque sur tous les canaux.

Dans un paysage où les attentes de la clientèle évoluent sans cesse, offrir des contenus et des offres personnalisés est devenu un véritable défi pour les marques. Elles doivent créer des expériences toujours plus pertinentes, tout en gérant une quantité croissante de contenu et en maintenant une image cohérente sur l'ensemble des canaux. L'émergence de l'IA générative a redistribué les cartes, permettant de produire rapidement des variations de contenus et accélérant la content supply chain. Dans ce contexte, les marques ont plus que jamais besoin d'une solution centralisée pour orchestrer, personnaliser et optimiser leur contenu à grande échelle. L'enjeu ? Exploiter la puissance de l'IA pour accélérer la création de contenu et offrir des expériences véritablement sur mesure tout au long du parcours client.

Grâce aux fonctionnalités de prise de décisions d'Adobe Journey Optimizer, proposez du contenu pertinent et des offres adaptées aux attentes de la clientèle tout au long de son parcours en bénéficiant des avantages suivants :



**Profil client en temps réel.** Unifiez les données provenant de différentes sources dans une vue complète de chaque client et de chaque cliente, actualisée en continu.



**Gestion centralisée des décisions.** Centralisez la création et la gestion de contenu à l'aide d'un framework décisionnel standardisé, indépendamment du canal, de l'audience et du parcours.



**Prise de décisions intelligente.** Déterminez le meilleur contenu ou la meilleure offre à proposer à un client ou à une cliente à l'aide d'un moteur décisionnel ouvert et évolutif qui s'appuie sur des règles métier, l'IA, le machine learning et des expérimentations.



**Insights complets.** Consultez des insights décisionnels (chiffre d'affaires, engagement et indicateurs de mesure personnalisés) ainsi que les performances du modèle d'IA dans des tableaux de bord.



**Confidentialité et confiance.** Améliorez la gouvernance, la confidentialité et les pratiques de sécurité des données grâce à un ensemble d'outils et de frameworks permettant de respecter les exigences de conformité internes et réglementaires ainsi que les préférences de la clientèle.

## Connectez les informations relatives à la clientèle sur tous les canaux.

Pour diffuser des expériences personnalisées à grande échelle, définissez tout d'abord une stratégie mettant en œuvre une gouvernance des données efficace et connectez vos bases de données afin d'éviter les silos à tous les niveaux de l'entreprise. Permettez aux spécialistes du marketing et aux équipes en contact direct avec la clientèle de disposer d'une source unique de vérité sur le profil et le parcours individuel de chaque client et de chaque cliente. En connectant l'identité de la clientèle sur l'ensemble des canaux, activez ainsi des données client unifiées pour diffuser en contexte des offres plus pertinentes ainsi que du contenu réellement personnalisé.

### Source unique de vérité

Appuyez-vous sur les profils client en temps réel d'Adobe Experience Platform afin de déterminer l'intérêt d'un contenu ou d'une offre pour un client ou une cliente dans Journey Optimizer. Unifiez toutes vos données (entreprise, clientèle et contexte) au sein d'un profil client complet qui intègre et actualise en permanence les préférences, les comportements et les spécificités des clientes et des clients, ainsi que les données contextuelles.

### Audiences en temps réel et par lots

Mettez à jour vos audiences à la fois en temps réel et par lots. Utilisez ces données actualisées pour permettre au moteur de décision de Journey Optimizer d'évaluer l'éligibilité d'un client ou d'une cliente pour chaque offre ou collection d'offres d'après des règles définies. Prenez ainsi très rapidement des décisions data-driven pour garantir des interactions toujours plus pertinentes et engageantes.

### Approche de plateforme native

Mettez à jour automatiquement le profil client en temps réel à chaque interaction, en enregistrant les réactions à un contenu ou à une offre. Assurez une gouvernance native des données et des workflows, en vous appuyant sur les informations les plus récentes partagées à l'échelle de l'entreprise. Utilisez ces données actualisées pour affiner vos décisions et proposer, en continu, le contenu et les offres les plus adaptés, en tenant compte de l'historique et du comportement de chaque client et de chaque cliente.

### Cohérence des expériences sur tous les canaux

Diffusez facilement du contenu et des offres personnalisées sur vos canaux natifs grâce à l'outil de conception de messages. Déployez une logique décisionnelle avancée sur n'importe quel support entrant ou API REST tierce via le nouveau canal d'expérience basé sur le code ou les API Edge. Permettez à vos équipes marketing et techniques d'enrichir les messages en temps réel, tout au long du parcours de la clientèle. Profitez de la mise à jour continue du profil client à chaque interaction pour garantir une expérience omnicanal fluide, cohérente et personnalisée, quel que soit le point de contact ou l'appareil utilisé.

# Créez et gérez des modèles décisionnels évolutifs.

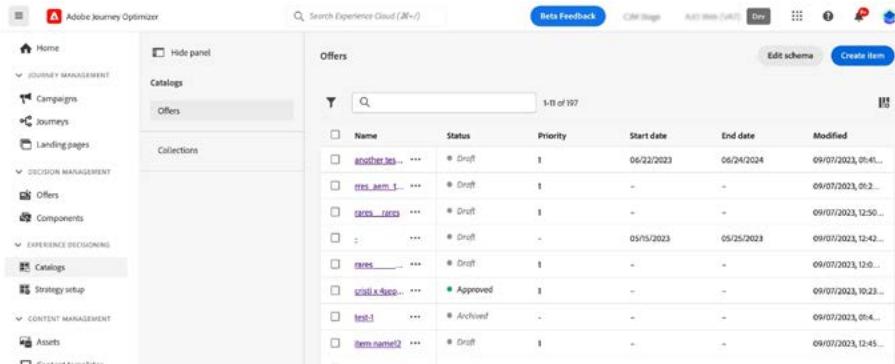
Optimisez le déploiement du contenu sur l'ensemble des canaux grâce à un système de gestion centralisé s'intégrant avec tous les outils marketing et orientés clientèle. Avec la centralisation des catalogues et des collections de contenu, créez et gérez vos offres et autres éléments décisionnels depuis un seul et même emplacement. Écourtez ainsi les délais de lancement et améliorez l'efficacité opérationnelle pour des expériences client personnalisées et cohérentes.

## Framework XDM d'Adobe Experience Platform

Exploitez la puissance du modèle de données d'expérience (XDM) uniforme et de l'approche par schémas d'Adobe Experience Platform pour prendre en compte les données, les insights et le contexte client dans vos décisions optimisées par l'IA. Activez chaque parcours, chaque canal et chaque contenu pour offrir à votre clientèle des expériences hautement personnalisées. Créez des classes XDM pour structurer vos données autour d'éléments clés comme les profils, les interactions ou les événements. Utilisez ensuite ces fondations pour bâtir des schémas sur mesure, prêts à alimenter les modèles décisionnels de Journey Optimizer et à refléter les attributs et relations propres à votre écosystème de données.

## Catalogues de contenu et d'offres

Centralisez la gestion de vos contenus et de vos offres grâce aux catalogues dédiés, conçus pour organiser les éléments décisionnels utilisés dans la personnalisation en temps réel sur l'ensemble des canaux. Associez chaque catalogue à un schéma XDM dont vous pouvez adapter les attributs selon vos besoins. Tirez parti des types de données actuellement pris en charge (chaîne, nombre entier, booléen, date, heure et asset décisionnel) et bénéficiez d'une flexibilité croissante, avec l'ajout progressif de nouveaux types pour répondre à l'évolution de vos cas d'usage.



The screenshot shows the Adobe Journey Optimizer interface. On the left, a sidebar navigation includes 'Home', 'JOURNEY MANAGEMENT' (Campaigns, Journeys, Landing pages), 'DECISION MANAGEMENT' (Offers, Components), 'EXPERIENCE DECISIONING' (Catalogs, Strategy setup), and 'CONTENT MANAGEMENT' (Assets). The main area is titled 'Offers' under 'Catalogs'. A table lists 11 items, each with a checkbox, Name, Status (Draft or Approved), Priority, Start date, End date, and Modified date. The table includes columns for Name, Status, Priority, Start date, End date, and Modified.

Name	Status	Priority	Start date	End date	Modified
another test...	Draft	1	06/22/2023	06/24/2024	09/07/2023, 01:41...
test_aem_1...	Draft	1	-	-	09/07/2023, 01:2...
rares_rares...	Draft	1	-	-	09/07/2023, 12:50...
...	Draft	-	05/15/2023	05/25/2023	09/07/2023, 12:42...
rares...	Draft	1	-	-	09/07/2023, 12:0...
criisi_x_dico...	Approved	1	-	-	09/07/2023, 10:23...
test3...	Archived	-	-	-	09/07/2023, 05:4...
item_nameQ...	Draft	1	-	-	09/07/2023, 12:45...

Pour une personnalisation cross-canal, gérez les éléments et collections d'éléments décisionnels dans des catalogues.

## Qu'est-ce que XDM ?

Le modèle de données d'expérience (XDM) est un framework standardisé développé par Adobe pour unifier et structurer les données d'expérience client sur l'ensemble des applications et des services. Son langage et ses schémas communs assurent une gestion efficace des données, des insights plus rapides, une interopérabilité parfaite et une personnalisation précise. Ce modèle, qui sert de socle à Adobe Experience Platform, donne aux entreprises les moyens de déployer rapidement des expériences client sur mesure, pour tous les secteurs et sur tous les canaux.

## En quoi consistent les schémas XDM ?

Dans Adobe Experience Platform, les schémas du modèle de données d'expérience (XDM) structurent les données de façon cohérente et réutilisable pour garantir que leur signification reste identique dans tous les systèmes. En les composant à partir d'une classe, à laquelle elles ajoutent des groupes de champs facultatifs, les entreprises peuvent ainsi standardiser leurs données pour les charger facilement, obtenir des insights pertinents et renforcer leur valeur.

Accédez aux schémas des éléments décisionnels depuis un catalogue et modifiez les attributs associés à un schéma selon les besoins de l'entreprise.

## Éléments décisionnels

Créez et organisez vos contenus et vos offres personnalisés sous forme d'éléments décisionnels au sein d'un catalogue central et de collections modulables. Utilisez des attributs standards ou personnalisés pour adapter chaque élément aux besoins spécifiques de votre entreprise. Regroupez-les dynamiquement en collections d'après des règles basées sur les attributs définis dans votre schéma de catalogue. Définissez un niveau de priorité pour chaque élément afin d'aider le moteur décisionnel à déterminer lequel activer. Enfin, facilitez la recherche des éléments décisionnels grâce aux balises unifiées d'Adobe Experience Platform.

## Capping

Grâce au capping, déterminez le nombre maximal de fois que les audiences, les profils ou les personnes visitant votre site reçoivent une offre ou du contenu, les voient s'afficher sur un canal entrant ou cliquent dessus. Créez et appliquez également des événements personnalisés, par exemple pour éviter la présentation d'un code de réduction à un profil l'ayant déjà utilisé. Permettez à la clientèle dont le profil n'est pas éligible aux éléments décisionnels de recevoir des offres et du contenu spécifiquement définis pour elle. Pour préserver l'engagement tout en optimisant les points de contact, appliquez jusqu'à 10 règles de capping par élément décisionnel.

En appliquant des règles de capping, évitez de lasser la clientèle en maîtrisant la fréquence à laquelle elle reçoit des éléments décisionnels d'offre ou de contenu, ou interagit avec eux, sur l'ensemble des points de contact.

# Offrez à chaque client et à chaque cliente une expérience optimale.

Identifiez le meilleur contenu ou la meilleure offre à présenter à chaque membre de votre clientèle en fonction du contexte du canal, de l'étape de son parcours et de son éligibilité. Avec Journey Optimizer, tirez parti d'un moteur décisionnel puissant et centralisé pour appliquer des règles, des priorités et des contraintes qui booste la valeur de vos expériences.

## Règles d'éligibilité

Paramétrez des éléments décisionnels dans Journey Optimizer grâce à des règles d'éligibilité qui garantissent la présentation de chaque offre et de chaque contenu aux destinataires que vous ciblez précisément sur l'ensemble des points de contact et des canaux. Appliquez ces contraintes directement sur un élément décisionnel ou dans le cadre d'une stratégie de sélection plus globale. Par défaut, tous les profils sont éligibles, mais vous pouvez restreindre cela en ciblant des segments larges ou en définissant des règles détaillées pour un contrôle granulaire. Assurez ainsi la cohérence et la conformité de vos activations.

The screenshot shows the Journey Optimizer interface. On the left, a sidebar navigation includes 'Home', 'JOURNEY MANAGEMENT' (Campaigns, Journeys, Landing pages, Reports), 'DECISION MANAGEMENT' (Offers, Components), and 'EXPERIENCE DECISIONING' (Catalogs, Strategy setup). The 'Strategy setup' option is highlighted. The main content area is titled 'Decision rules' and shows a list of 9 rules, each with a name, description, and modified date. The 'Create rule' button is visible. Below this, the 'Create rule' dialog is open, showing fields for 'Attributes' (Gender: Female, City: London) and 'Audience properties' (114.44K qualified profiles, 37.98% of total). The 'Create' button is at the top right of the dialog.

Appuyez-vous sur des règles pour déterminer les profils éligibles à certains éléments décisionnels d'offre ou de contenu. Tous le sont au début, mais vous pouvez ensuite appliquer des contraintes spécifiques jusqu'à ce que seuls les segments adaptés soient retenus.

# Stratégies de sélection et politiques de décisions

Mettez en œuvre des stratégies de sélection qui peuvent être réutilisées et séquencées dans un ordre précis. Associez-y des éléments décisionnels, des contraintes d'éligibilité et une méthode de classement pour identifier le meilleur contenu ou la meilleure offre à proposer. Regroupez le tout dans une politique de décisions, qui intègre l'ensemble de la logique nécessaire au moteur pour personnaliser chaque expérience en fonction du profil. Organisez facilement vos éléments via un système de glisser-déposer et prévoyez d'autres possibilités au cas où.

Name	Collection	Ranking method	Eligibility	Last modified
E2E Selection Strat	Audi Collection	Offer priority	Rule	09/07/2023
christi sele	parrots	Offer priority	None	09/07/2023
christi routing t...		Offer priority	None	09/05/2023
Manual E2E - Start	Manual E2E - St...	Offer priority	Rule	09/02/2023
Manual E2E - Start	Manual E2E - St...	Offer priority	Any	09/02/2023
christi rule	PINEAPPLES	Offer priority	None	09/01/2023
christi audiences	APPLES	Offer priority	None	09/01/2023
Manual E2E - Start	Manual E2E - St...	Offer priority	None	09/01/2023
Manual E2E - Start	Manual E2E - St...	Offer priority	Any	08/31/2023
	Pierre's 2nd coll...	AI model	Rule	08/31/2023
Pierre's SS2	Pierre's 2nd coll...	Offer priority	Rule	08/31/2023
OB30	ItemCollection1...	Offer priority	Rule	08/31/2023
Pierre's SS	Pierre's 2nd coll...	Formula	Rule	08/31/2023

Grâce aux stratégies de sélection, spécifiez les éléments décisionnels, les règles d'éligibilité et les méthodes de classement aboutissant à l'offre ou au contenu idéal pour un profil ou une audience.

## Formules de classement

En complément du paramétrage manuel des scores de priorité, créez des formules de classement pour définir l'offre ou le contenu à présenter en premier. Privilégiez, par exemple, toutes les offres prenant fin dans moins de 24 heures ou encore, si la course à pied fait partie des centres d'intérêt du profil, choisissez de booster les offres de la catégorie « Course à pied ».

Appliquées dans les stratégies de sélection, appuyez-vous sur les formules de classement pour mettre en œuvre une logique décisionnelle personnalisée utilisant des attributs variés afin de déterminer le contenu ou l'offre à présenter en premier.

Affinez la logique de décision dans les formules de classement à l'aide de boucles, de compteurs et de comparaisons. Utilisez également des attributs de profil, des données contextuelles et des caractéristiques en relation avec les éléments décisionnels. Lorsque plusieurs contenus ou offres sont éligibles dans une stratégie de sélection, laissez le moteur décisionnel calculer automatiquement l'élément le plus pertinent à afficher en premier.

## Classement IA

Classez automatiquement les offres en fonction des profils individuels grâce à la prise de décisions optimisée par l'IA. Appuyez-vous sur des modèles entraînés pour effectuer en permanence et en temps réel des évaluations et des scorings qui optimisent les indicateurs de mesure des objectifs commerciaux. Intégrez ces modèles directement dans vos stratégies de sélection pour garantir une pertinence maximale et laissez l'IA déterminer l'offre à afficher en priorité, afin de proposer à chaque client l'expérience la plus adaptée à ses attentes.

Avec les modèles d'IA, applicables dans les stratégies de sélection, bénéficiez de modèles entraînés, optimisés pour classer automatiquement les offres selon vos objectifs commerciaux.

Journey Optimizer offre deux types de modèles d'IA : les modèles d'optimisation automatique et les modèles d'optimisation personnalisée. Les premiers utilisent l'IA pour proposer des offres qui maximisent les indicateurs de performance clés définis (taux de conversion et chiffre d'affaires, par exemple) et basent l'optimisation sur les performances globales des offres ou du contenu. Les seconds définissent des objectifs commerciaux plutôt qu'un profil et s'entraînent sur les données client qu'ils mettent au service d'offres et de contenus personnalisés pour les booster.

Optimisez les modèles grâce aux indicateurs de mesure de Customer Journey Analytics. Par exemple, appuyez le modèle d'optimisation personnalisée sur un indicateur de mesure d'achat personnalisé, plutôt que de vous limiter aux mesures disponibles dans Journey Optimizer. Lors de la création du modèle d'IA, les équipes de développement et de machine learning peuvent choisir les vues de données d'Adobe Customer Journey Analytics pour assurer la cohérence avec les objectifs de l'entreprise.

**Optimisez les modèles grâce aux indicateurs de mesure de Customer Journey Analytics.**

## Expérimentation à grande échelle

Expérimenter à grande échelle pour optimiser vos performances grâce aux innovations en matière d'IA et de scoring de propension personnalisé. Testez, par exemple, l'impact de chaque composant de vos e-mails (lignes d'objet, images, corps de texte) ainsi que les paramètres des parcours, notamment leur longueur, le mix de canaux utilisé et les séquences temporelles. Comparez les résultats des modèles d'IA aux méthodes de classement basées sur des règles pour identifier l'approche la plus efficace. Grâce au moteur décisionnel de Journey Optimizer, expérimenter des milliers de variations d'expérience à grande échelle, en tenant compte des préférences, des incentives, des visuels et des canaux. Boostez ainsi le retour sur investissement et renforcez la fidélité en garantissant à chaque client l'offre ou le contenu le plus pertinent.

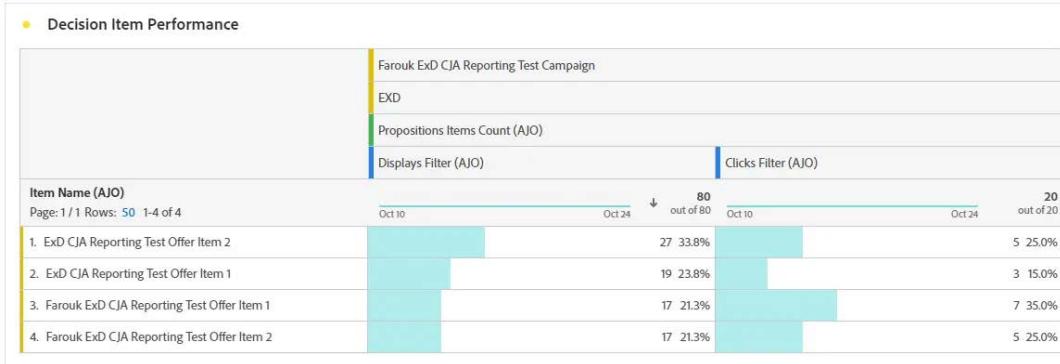
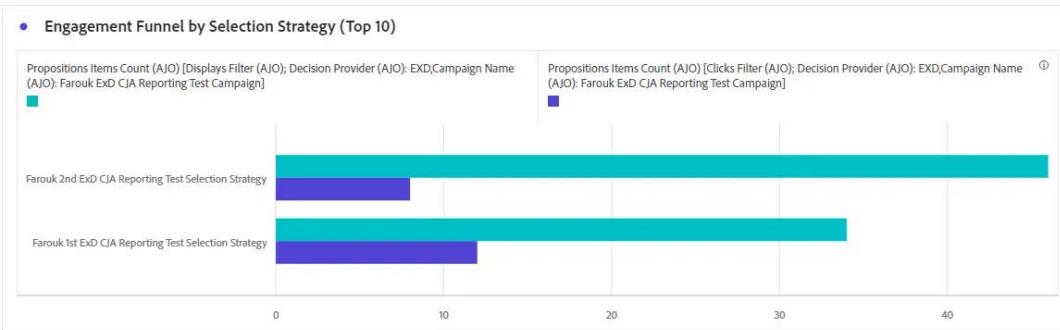
Testez et affinez vos stratégies grâce à l'expérimentation intégrée aux algorithmes décisionnels. Évaluez l'impact réel des modèles d'IA sur vos performances en identifiant rapidement les combinaisons les plus performantes de règles, méthodes de classement et incentives. Intégrer des expériences directement dans vos politiques de décisions via le canal d'expérience basé sur le code et comparez différentes approches : formule de classement contre optimisation automatique par l'IA pour mettre en évidence la méthode générant le plus grand nombre de conversions ou encore performances de plusieurs images dans une offre selon des attributs spécifiques pour identifier celle qui suscite le plus de réactions. Appuyez-vous sur des tableaux de bord de reporting pour visualiser la valeur générée par les modèles de classement de l'IA et du machine learning.

## Visualisation de l'impact sur l'engagement et la valeur client

Boostez votre activité grâce à des tableaux de bord de reporting et des insights qui transforment les données décisionnelles en stratégies concrètes. Identifiez ainsi les tendances, prenez des décisions data-driven et optimisez les parcours client en temps réel. Avec les visuels intuitifs et les métriques détaillées, alignez les stratégies de sélection et les politiques de décisions sur les objectifs de l'entreprise pour améliorer l'impact global du contenu et des offres.

## Tableaux de bord et vues de reporting

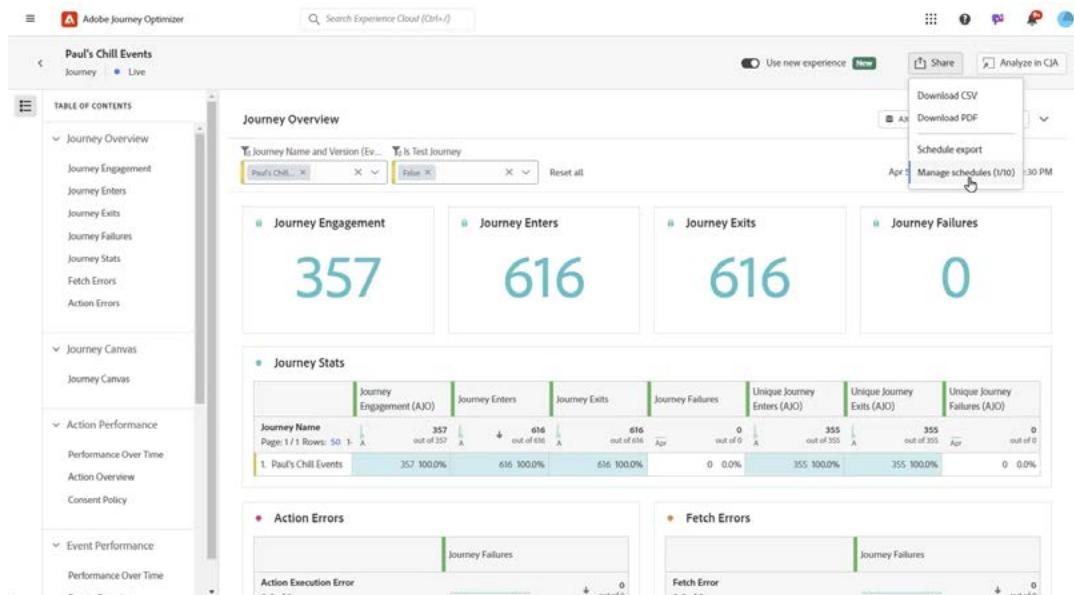
Appuyez-vous sur un tableau de bord décisionnel intuitif et prêt à l'emploi pour visualiser instantanément la performance de vos campagnes et parcours. Analysez vos KPI clés (diffusion des offres, affichage des contenus, taux de clics, taux d'utilisation des offres alternatives ou encore impact des modèles d'IA et de machine learning). Donnez à vos équipes marketing, produit et ingénierie un accès unifié aux données d'engagement client pour l'ensemble des expériences et fournissez-leur des rapports détaillés sur le meilleur engagement par stratégie de sélection, les performances des éléments décisionnels, les taux de conversion des modèles, et bien plus encore.



Grâce aux vues de reporting, bénéficiez de précieux insights sur les performances des aspects essentiels de la prise de décisions, comme les stratégies de sélection et les éléments décisionnels.

## Métriques d'optimisation personnalisées

Standardisez vos rapports et alignez vos données grâce à l'interopérabilité entre Journey Optimizer et Customer Journey Analytics. Bénéficiez d'une intégration fluide entre les deux plateformes pour renforcer la fiabilité des insights et obtenir une vue d'ensemble de vos performances. Créez facilement des mesures personnalisées, créez et partagez des audiences, interrogez vos données en temps réel avec Insight Builder et programmez l'envoi automatique de rapports par e-mail à vos différentes parties prenantes.



Avec les tableaux de bord de reporting, accédez rapidement à une analyse des performances et à des insights sur l'ensemble des canaux, des campagnes et des parcours grâce aux filtres personnalisés et à la programmation des rapports.

The screenshot shows the Adobe Journey Optimizer interface. On the left, a sidebar navigation includes 'Highlights', 'Journey Engagement', 'Journey Failures', 'CTR', 'CTOR', 'People', 'Clicks', 'Span Complaints', 'Unsubscribes', 'Journeys', and 'Campaigns'. The main content area has two tabs: 'Campaigns' and 'Channels'. The 'Campaigns' tab is selected, displaying a table with columns: 'Campaign Name (AJO) (Event)', 'People', 'CTR (AJO)', 'Delivered (AJO)', 'Displays (AJO)', and 'Clicks (AJO)'. The table shows data for various campaigns, including 'Campaign - takyoshi' and 'Paul's Email Campaign'. The 'Channels' tab is also visible, showing a table with columns: 'Journey Name (Event)', 'Campaign Name (AJO) (Event)', and 'Channel (Event)'. The interface includes various filters, a date range selector ('Last 7 full days Aug 21, 2024 - Aug 27, 2024'), and a 'Create metric from selection' button.

Optimisez les éléments décisionnels et d'autres aspects de la prise de décisions grâce à l'intégration native de Journey Optimizer avec Customer Journey Analytics, qui fournit des insights plus précis sur les campagnes et les parcours.

## Optez pour un usage responsable des données et gagnez la confiance de la clientèle, en toute conformité.

Mettez en place une gouvernance des données rigoureuse, assurez la protection de la vie privée et gérez les consentements de manière proactive pour instaurer la confiance à chaque étape du parcours client. Respectez les exigences réglementaires grâce à des pratiques transparentes et des mesures de sécurité robustes. Répondez aux attentes croissantes des consommateurs en garantissant un traitement responsable et éthique de leurs données personnelles.

Avec Adobe Experience Platform, chargez, analysez et optimisez les données pour les mettre au service de meilleures expériences client. Appuyez-vous sur une gestion et une gouvernance efficaces qui garantissent des informations précises, cohérentes et utilisées dans le respect de l'éthique. Protégez en parallèle vos données client par des mesures de confidentialité. En priorisant ces principaux aspects de l'engagement client, non seulement vous limiterez les risques, mais vous renforcerez la fidélité de la clientèle à la marque et sa confiance.

## Gouvernance des données

Grâce au framework DULE (Data Usage Labeling and Enforcement) d'Adobe Experience Platform, garantissez une gouvernance des données efficace dans Journey Optimizer en autorisant les analystes de données et les équipes de gouvernance à libeller les champs de données et à définir des actions marketing pour certains canaux. Pour assurer efficacement la conformité des données, associez les libellés et les actions dans des politiques d'utilisation.

Celles-ci sont des règles qui décrivent les actions marketing autorisées ou limitées pour analyser les données dans Adobe Experience Platform. Par exemple, empêchez, à l'aide d'une politique de gouvernance, de personnaliser les e-mails avec des données sensibles provenant de dossiers médicaux électroniques et libellées comme telles. Avec Adobe Experience Platform, prenez aussi en charge des politiques de consentement qui filtrent les profils pouvant être activés sur certaines destinations en fonction du consentement ou des préférences de la clientèle.

Appliquez-les en toute fluidité aux campagnes, actions et parcours personnalisés pour assurer la conformité et l'usage éthique des données sur tous les canaux. Optimisez ainsi les expériences client tout en garantissant l'intégrité des données et le respect des réglementations.

The screenshot shows the Adobe Journey Optimizer interface. On the left, a sidebar navigation includes Home, JOURNEY MANAGEMENT (Campaigns, Journeys, Landing pages), DECISION MANAGEMENT (Offers, Components), CONTENT MANAGEMENT (Assets), DATA MANAGEMENT (Schemas, Datasets, Queries, Monitoring), and CONNECTIONS. The 'Schemas' section is currently selected. In the center, the 'Medical information' schema is displayed. A modal dialog box titled 'Apply access and data governance labels' is open, listing labels under 'TYPE' (All, Identity labels, Sensitive labels, Contract labels, Custom labels). The 'ePHI' label is selected (indicated by a checked checkbox) and is described as 'Electronic Protected Health Information'. Other labels listed include 'demo-label', 'e2e\_test\_da', and 'green'. The dialog has 'Cancel' and 'Save' buttons.

Avec le framework DULE (Data Usage Labeling and Enforcement), assurez la gouvernance des données sur tous les canaux grâce aux libellés de champs et à la création d'actions marketing spécifiques.

Disponibles en complément d'Adobe Experience Platform, les offres Healthcare Shield et Privacy and Security Shield ont été pensées pour renforcer la confidentialité, la gouvernance et la sécurité des données dans certains secteurs sensibles. Avec Journey Optimizer, l'optimisation du cycle de vie de la clientèle est axée sur la prise de décisions intelligente en temps réel tout au long du parcours client. Grâce aux options de personnalisation intuitives, améliorez les actions et les expériences optimisées par l'IA, sur chaque canal ou dans chaque campagne, pour atteindre vos objectifs et augmenter la valeur client ainsi que le ROI.

# À propos d'Adobe Journey Optimizer

Avec Journey Optimizer, une solution reposant nativement sur Adobe Experience Platform, gérez des campagnes omnicanal programmées et des interactions individualisées pour des millions de clientes et de clients, le tout dans une seule et même application. Optimisez ainsi tout le parcours grâce à des décisions et des insights intelligents.

**Découvrez comment prendre des décisions intelligentes en matière d'optimisation du contenu avec Adobe Journey Optimizer.**

[En savoir plus](#)

The Adobe logo, featuring the word "Adobe" in its signature white sans-serif font, set against a solid red rectangular background.

© 2025 Adobe. All rights reserved.

Adobe, the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.