

Adobe Journey Optimizer : orchestration du parcours, exécution et reporting

Optimisez vos interactions avec la clientèle grâce à un ciblage précis et à des insights exploitables sur tous les canaux.

Créez des parcours client en plusieurs étapes qui déclenchent en temps réel une série d'interactions, d'offres et de messages personnalisés, sur l'ensemble des canaux. Interagissez ainsi avec la clientèle, en fonction de ses actions et de signaux commerciaux pertinents.

Avec Journey Optimizer, centralisez la création, la gestion et l'optimisation de parcours individualisés et de campagnes basées sur l'audience sur une seule et même application, pensée pour décloisonner les canaux, les équipes et les outils martech.

Orchestrez facilement les parcours grâce à son interface de type glisser-déposer. Ciblez les audiences et adressez-leur des offres ainsi que des messages adaptés sur tous les canaux. Suivez et mesurez les performances des campagnes et des parcours pour offrir davantage de valeur ajoutée tout au long du cycle de vie de la clientèle.

Bénéficiez des fonctionnalités d'orchestration des parcours suivantes :



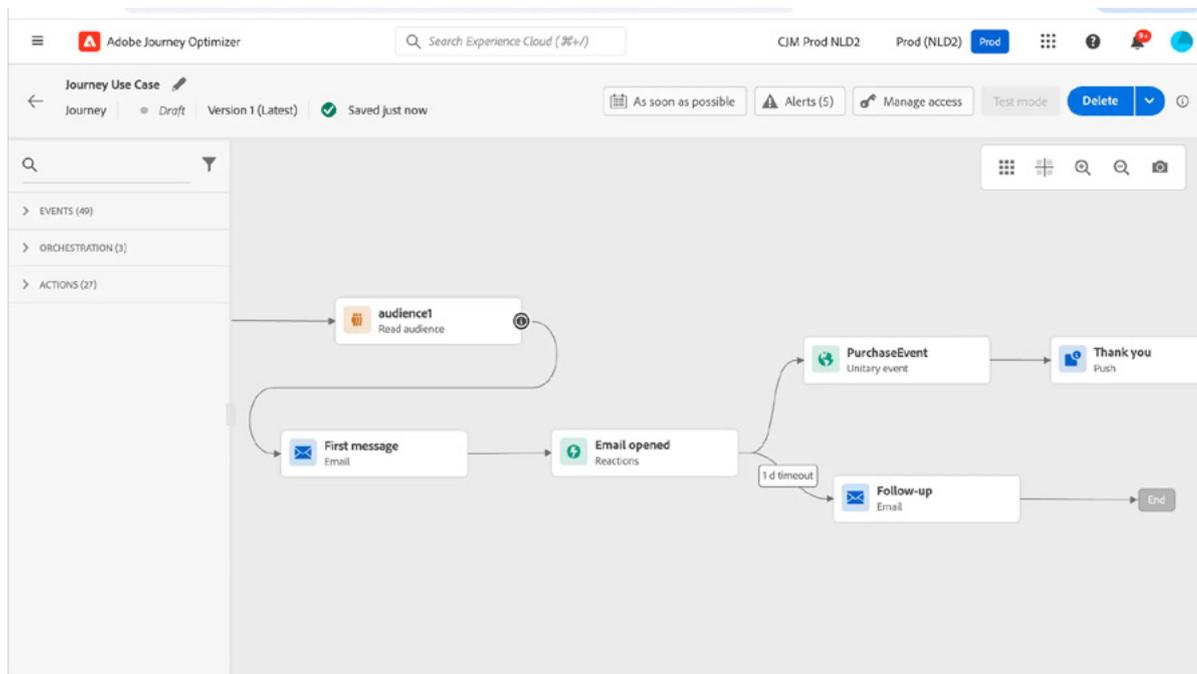
Conception de parcours : créez par simple glisser-déposer des parcours multi-étapes et des campagnes basées sur l'audience en personnalisant les messages en fonction du comportement de la clientèle, des données contextuelles et des événements commerciaux.



Rapports détaillés : appuyez-vous sur des outils de mesure et de reporting prêts à l'emploi pour suivre les performances des parcours et des campagnes.

Créez et lancez facilement des parcours client sur tous les canaux.

Répondez aux attentes de la clientèle en lui offrant un parcours cohérent et personnalisé de bout en bout. Faites-lui vivre une expérience positive, quels que soient ses modes d'interaction avec votre marque : site web, applications et notifications sur appareil mobile, e-mails, SMS/MMS, expérience en magasin, etc.



Identifiez le déclencheur du parcours, puis définissez les actions aux points de contact qui guideront la clientèle (ouverture d'un e-mail, achat, utilisation de données contextuelles, etc.).

Grâce à la zone de travail de type glisser-déposer de Journey Optimizer, orchestrez les différentes étapes des parcours individualisés sur tous les canaux, ciblez les audiences, et ajoutez les messages, les offres et le contenu qu'elles verront s'afficher en fonction de leur comportement, des données contextuelles et des événements commerciaux.

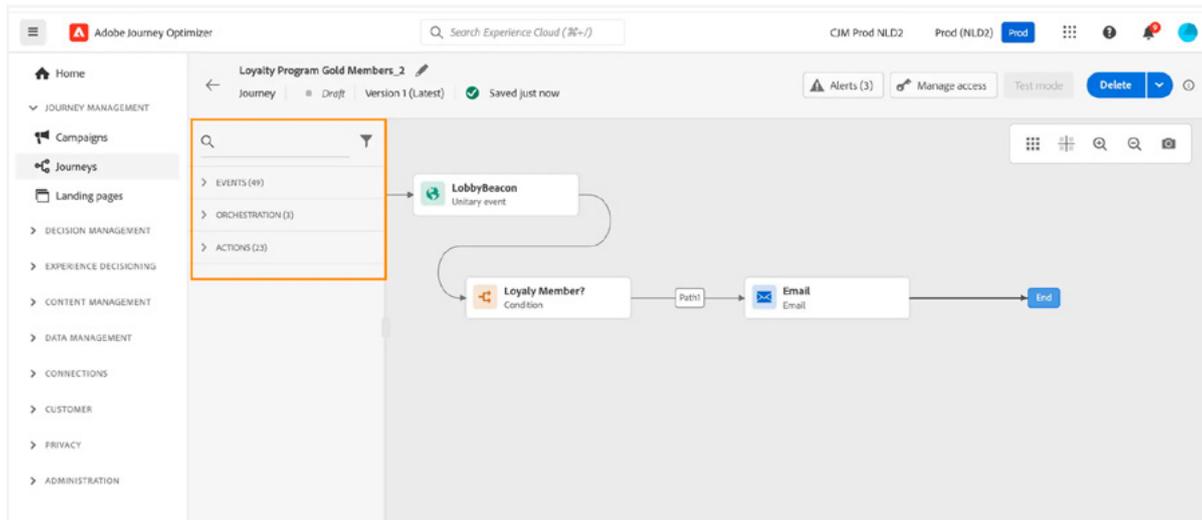
Commencez par définir l'élément déclencheur, puis les points de contact qui détermineront l'étape suivante.

Programmez vos campagnes : déclenchez des parcours transactionnels ou configurez des parcours automatisés afin de toucher des audiences qualifiées selon une fréquence définie. Par exemple, envoyez une newsletter tous les mois ou une notification push de rappel une semaine avant un rendez-vous médical.

Grâce à la zone de travail de type glisser-déposer de Journey Optimizer, orchestrez les différentes étapes des parcours individualisés sur l'ensemble des canaux.

Diffusez des messages individualisés en temps réel.

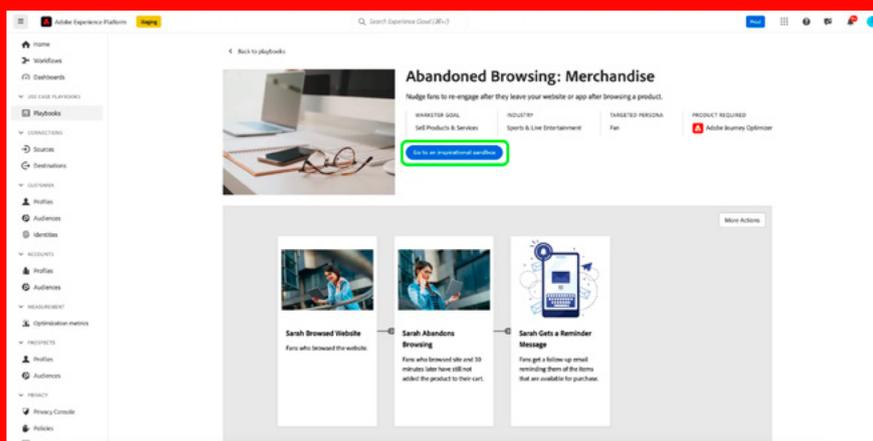
Depuis l'interface de conception de parcours, envoyez en temps réel des messages individualisés déclenchés par un évènement, sur n'importe quel canal disponible. Par exemple, lorsqu'une personne s'abonne à un service de streaming, elle reçoit immédiatement une série d'e-mails de bienvenue qui l'incitent à se connecter à l'application et à indiquer ses préférences. De la même façon, lorsqu'un club de sport professionnel remporte un match, une notification push invite ses fans à retrouver les membres de l'équipe pour leur faire signer des autographes.



Fidélisez la clientèle en lui envoyant au bon moment des messages individualisés en temps réel.

Appuyez-vous sur des actions telles qu'un achat, l'ouverture d'un e-mail et la connexion à une application pour faire avancer les clientes et les clients dans leur parcours. Grâce à l'écoute active intégrée, déclenchez des messages à l'issue d'une période d'inactivité donnée (un rappel en cas d'abandon de panier, par exemple). Ces interactions sont extrêmement pertinentes et engageantes, car elles se produisent dans un contexte qui est propre à chaque membre de la clientèle.

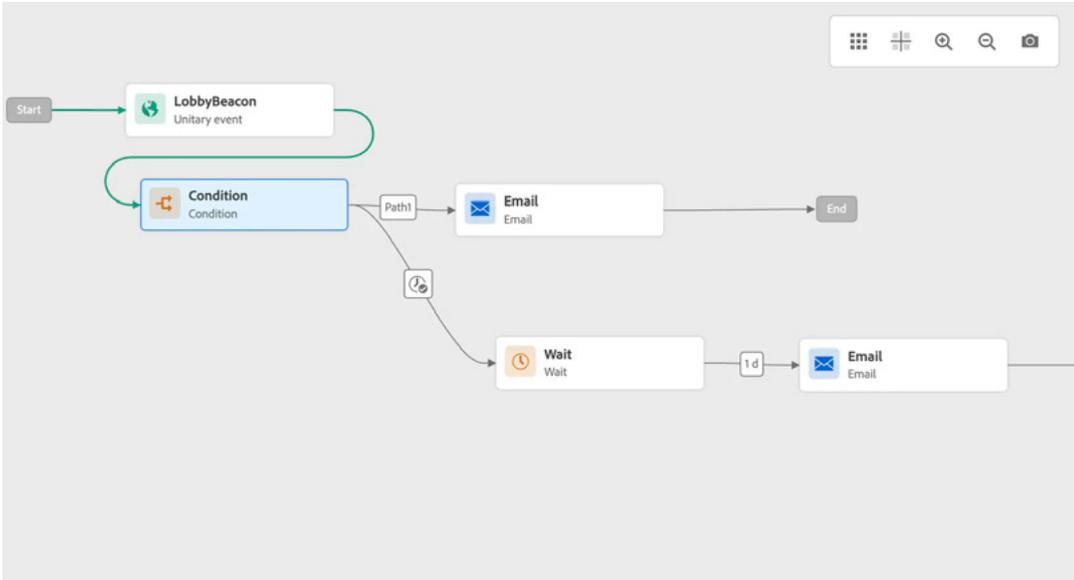
Lancez-vous grâce aux playbooks de cas d'usage.



Appuyez-vous sur les playbooks de Journey Optimizer pour déployer rapidement des parcours standards. Bénéficiez de workflows prédéfinis pensés pour vous permettre de mettre rapidement en oeuvre de nouveaux cas d'usage en intégrant les intentions, les objectifs, les personas cibles et les ressources nécessaires à chaque scénario.

Créez des parcours flexibles.

Définissez des critères de segmentation pour orienter les audiences vers des parcours personnalisés. Vous pouvez aussi créer des étapes temporelles, par exemple, pour envoyer une notification push à une personne n'ayant pas finalisé son achat 24 heures après avoir placé un article dans son panier. Pour encore plus de précision, déterminez le meilleur moment pour communiquer avec un client ou une cliente grâce à la fonction d'optimisation de l'heure d'envoi par l'IA.



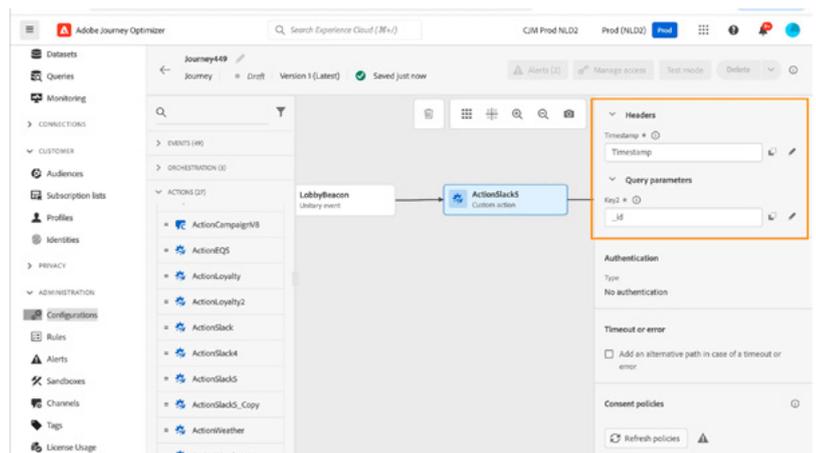
Fixez un délai d'attente de deux semaines, par exemple, avant le déclenchement de la prochaine action, comme une relance par e-mail.

Évitez de laisser votre public et gagnez en efficacité en limitant le nombre de diffusions d'un message ou d'une expérience. Enfin, segmentez les audiences en pourcentages pour tester les expériences et identifier celles qui suscitent le plus d'intérêt.

Communiquez via des canaux natifs ou des systèmes tiers.

Tirez parti des actions prédéfinies prenant en charge les messages sortants (e-mails, notifications push et SMS/MMS) et les canaux entrants (applications mobiles, sites web et expériences basées sur le code créées directement dans Journey Optimizer).

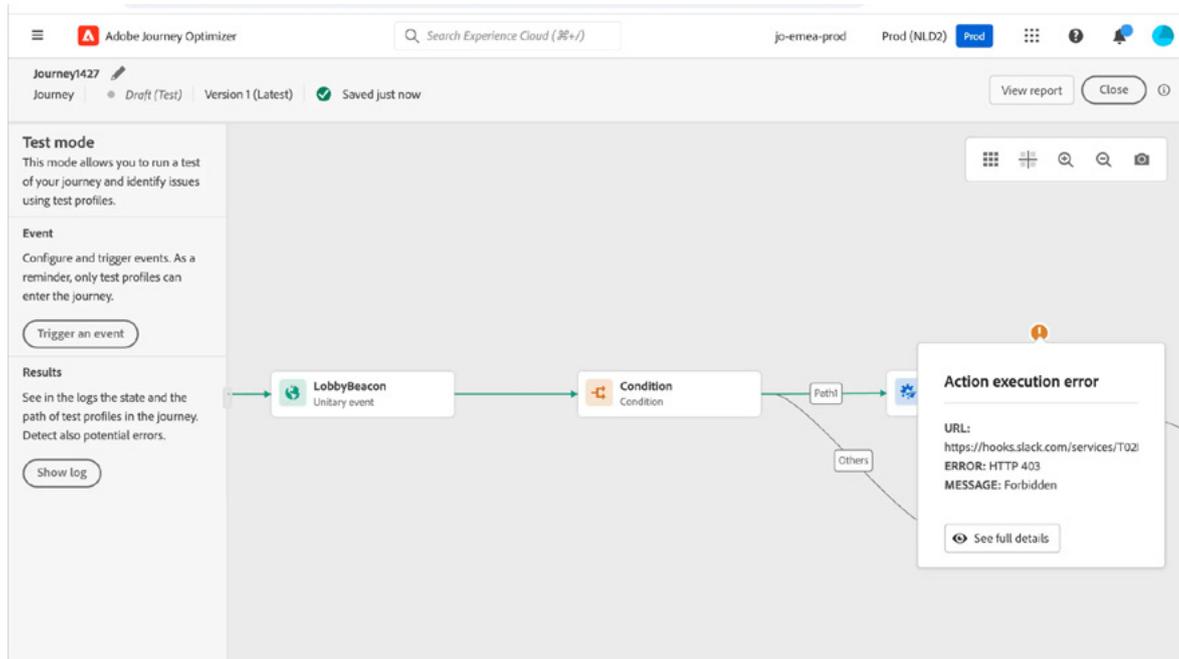
Intégrez également à vos parcours les systèmes tiers que vous utilisez éventuellement pour l'envoi des messages, directement depuis l'interface de conception.



Le cas échéant, communiquez via un système tiers grâce aux actions intégrées dans Journey Optimizer.

Testez les parcours avant de les publier.

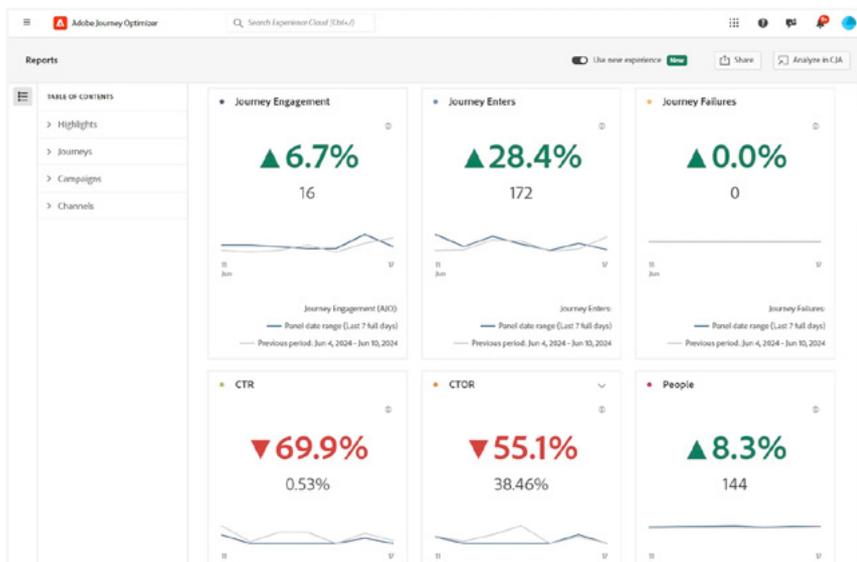
Lorsque votre parcours client est prêt, repérez les problèmes potentiels avant de le publier : passez en mode test pour vérifier qu'il fonctionne correctement et observer la progression des profils fictifs.



En mode test, vérifiez rapidement que le parcours fonctionne comme prévu avant de le publier.

Mesurez l'efficacité des parcours et des campagnes depuis une seule et même application.

Bénéficiez d'insights clés sur l'impact de vos initiatives grâce aux puissants outils de reporting de Journey Optimizer : obtenez des réponses à vos questions essentielles sur les campagnes et les parcours grâce à des rapports et à des visualisations clairs et précis. Suivez également les comportements des membres de la clientèle et leurs actions sur les différents canaux.



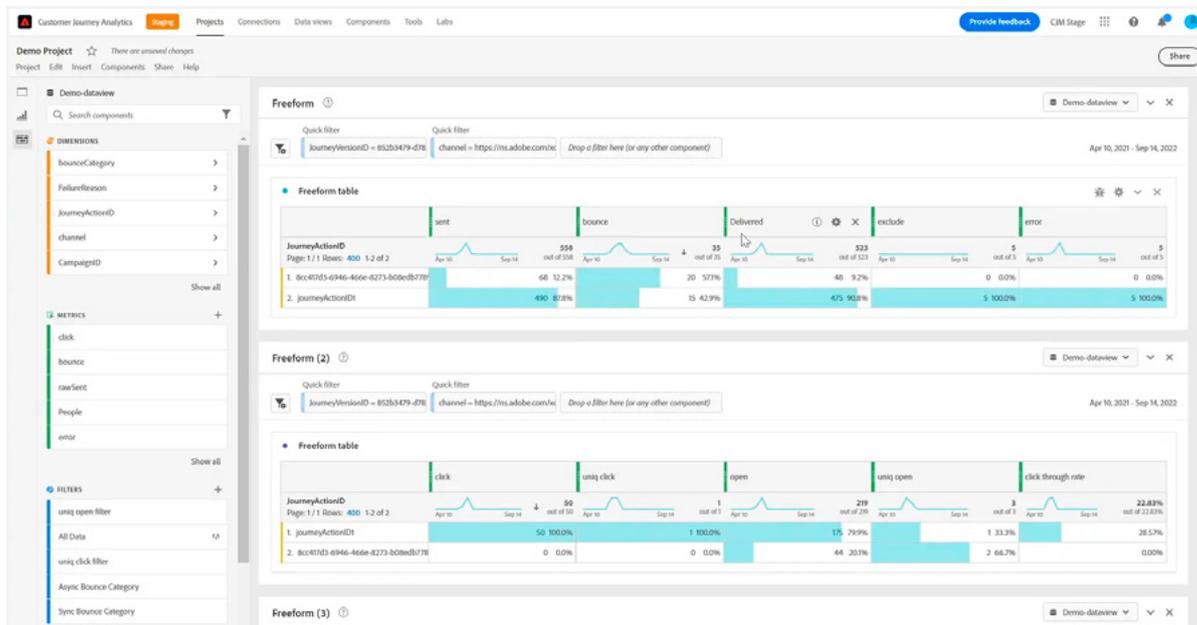
Mesurez et optimisez l'efficacité des parcours et des campagnes sur tous les canaux grâce aux rapports Journey Optimizer.

Réduisez ainsi l'attrition et renforcez l'engagement.

Évaluez les performances par rapport aux indicateurs clés de la marque : nombre de personnes qui s'engagent dans un parcours ou le quittent, quantité de SMS ou d'e-mails envoyés, clics sur le contenu de ces derniers, consultations des landing pages, interactions à la suite de notifications push, etc. Appuyez-vous sur ces insights pour savoir si votre entreprise atteint ses objectifs.

Obtenez des insights plus précis sur les parcours et les campagnes avec Adobe Customer Journey Analytics.

Comme Journey Optimizer est nativement intégré à Adobe Experience Platform, allez plus loin dans l'analyse et l'exploration des données grâce à son intégration avec Adobe Customer Journey Analytics.



D'un simple clic dans les rapports Journey Optimizer, accédez à Adobe Customer Journey Analytics pour examiner en détail le parcours client dans son ensemble, en vous focalisant sur les interactions en ligne et hors ligne.

Cette dernière rassemble les données en ligne et hors ligne, ainsi que celles sur les interactions, et offre des fonctionnalités de requête et d'analyse approfondie. Il est possible d'accéder à Customer Journey Analytics d'un simple clic depuis les rapports Journey Optimizer, car ces deux applications fonctionnent parfaitement ensemble.

À propos d'Adobe Journey Optimizer

Avec Journey Optimizer, une solution reposant sur Adobe Experience Platform, gérez des campagnes omnicanal programmées et des interactions individualisées pour des millions de clientes et de clients. Optimisez ainsi le parcours tout entier grâce à des insights en temps réel, des profils unifiés et des décisions intelligentes afin de renforcer la fidélité et la valeur client.

Découvrez plus en détail comment orchestrer les parcours avec Adobe Journey Optimizer.

[En savoir plus](#)

The Adobe logo, consisting of the word "Adobe" in a bold, white, sans-serif font, is positioned in the bottom left corner of a solid red 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.