

Tirez pleinement parti de vos données avec Adobe Commerce.

Décloisonnez vos données et partagez-les facilement pour personnaliser vos parcours.

Le cloisonnement des données se traduit par des expériences décousues.

Les entreprises collectent d'énormes volumes de données sur les comportements, les préférences et les interactions de la clientèle avec la marque. Cependant, elles sont souvent réparties dans différents systèmes, allant des solutions de gestion de la relation client aux plateformes de commerce, entre autres.

Il est donc quasiment impossible de disposer d'une vision unifiée de la clientèle, ce qui complique la production d'insights précis et empêche la diffusion d'expériences personnalisées. Pour pallier ces difficultés, de nombreuses marques tentent d'intégrer manuellement les données, mais cette approche est inefficace, peut occasionner des lacunes et permet rarement le partage des informations en temps réel nécessaire à une personnalisation instantanée et aux initiatives de ciblage.

Près de trois personnes sur quatre sont plus susceptibles de choisir des marques offrant des expériences personnalisées. Elles dépensent d'ailleurs 37 % de plus auprès de ces entreprises.

Au moins un tiers des marques citent le manque d'insights sur la clientèle et le marché comme un frein à la mise en place d'expériences hautement personnalisées.

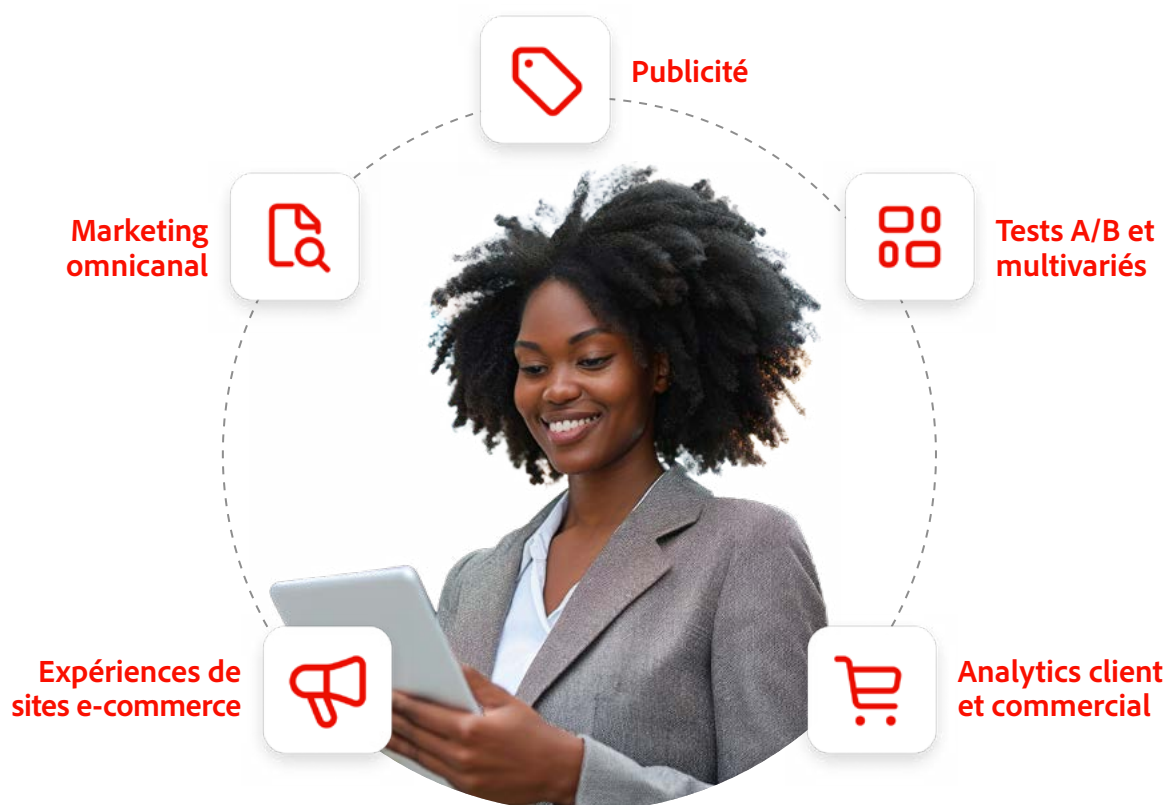
Source : Deloitte

Les données commerciales sont essentielles.

Les données first-party de votre plateforme de commerce reflètent les interactions directes de chaque membre de la clientèle avec la marque. Elles dressent un tableau de l'expérience

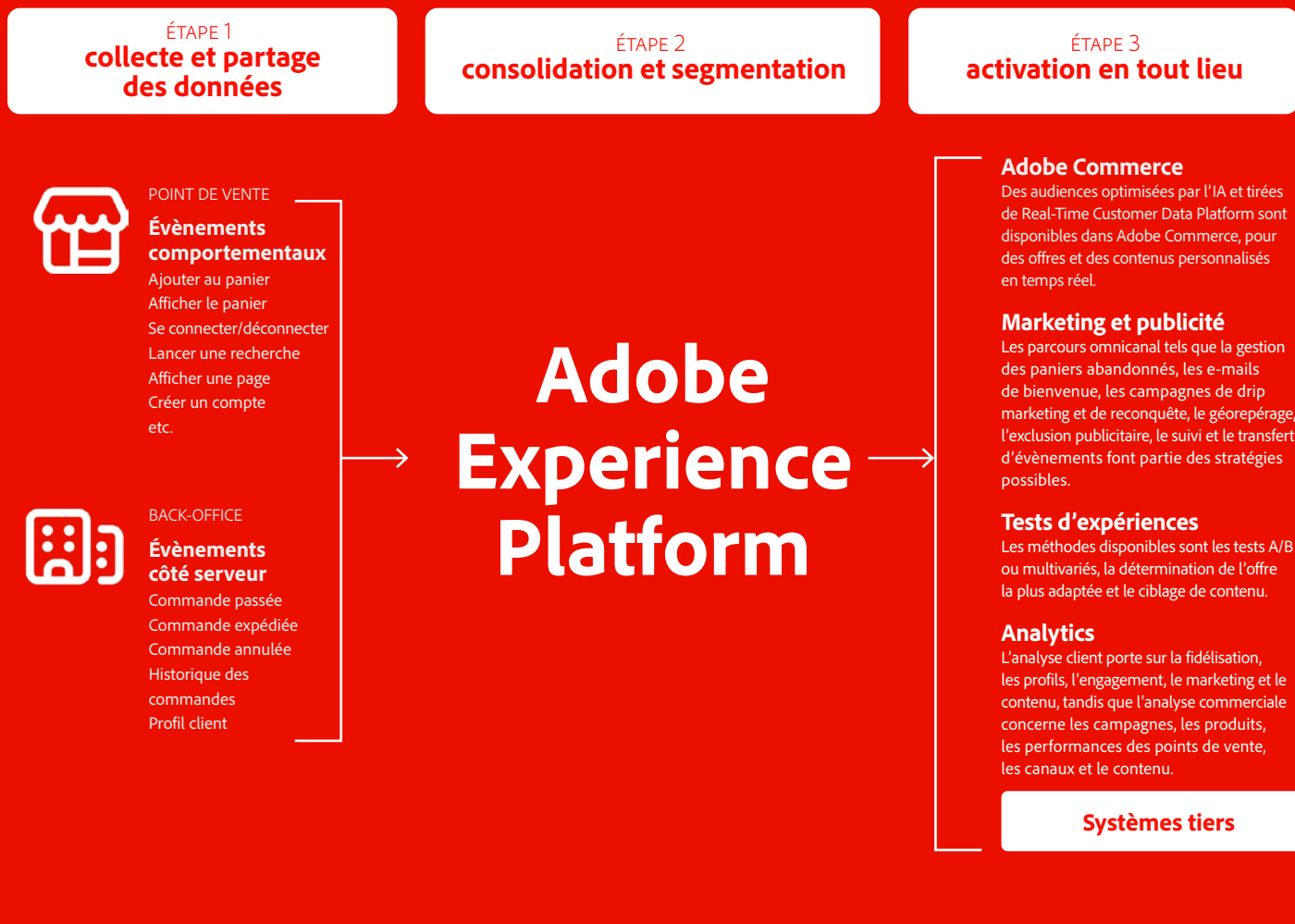
client allant des données comportementales qui recensent chaque clic aux données côté serveur indiquant le statut et l'historique des commandes, entre autres renseignements. Les données commerciales sont indispensables pour personnaliser les expériences sur les sites, déclencher des parcours marketing et publicitaires sur tous les canaux, alimenter les tests A/B et multivariés, et analyser la clientèle.

Pour pouvoir être mises à profit dans les expériences, les données commerciales doivent être agrégées, exploitables et accessibles à toute l'entreprise de manière transparente. C'est là que les services de partage de données d'Adobe Commerce entrent en jeu.



Adobe Commerce permet de partager des données en trois étapes simples.

Les fonctionnalités de partage de données d'Adobe Commerce permettent d'éliminer rapidement les cloisonnements, d'instaurer une source unique de vérité et de mettre des insights à la disposition des différentes parties prenantes de l'entreprise. Elles favorisent ainsi la diffusion en temps réel des expériences, des publicités et du contenu marketing personnalisés, ainsi que la conduite de tests d'expérience et les analyses.



Étape 1 : collecte et partage des données

Adobe Commerce collecte et normalise nativement les évènements courants, notamment les manifestations comportementales telles que la recherche sur site, la consultation d'un produit ou l'ajout d'un article au panier, ainsi que les évènements de back-office, comme le changement de statut d'une commande. Il est également possible de définir des évènements personnalisés en rapport avec l'activité. Ces fonctionnalités étant intégrées à Adobe Commerce, les données peuvent être partagées sans aucun codage en quelques heures seulement, au lieu des semaines habituellement nécessaires pour une intégration et un balisage personnalisés.

À mesure que les évènements sont collectés, l'extension Data Connection les envoie à Experience Edge, où ils peuvent être repris par Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP) ou partagés directement avec d'autres applications Adobe Experience Cloud.

Étape 2 : consolidation et segmentation

Adobe Real-Time CDP assemble les données d'Adobe Commerce avec des données connues et anonymes issues des différents systèmes et canaux afin de fournir une vue complète de chaque membre de la clientèle, avec une gouvernance des données intégrée.

Le système utilise également le service d'IA dédiée à la clientèle, optimisé par Adobe Sensei, pour créer des segments précis basés sur la propension. Les données sont alors décloisonnées, et les profils et les segments sont centralisés et gérés au même endroit, ce qui permet de les activer n'importe où.

Étape 3 : activation en tout lieu

Une fois les événements collectés et les informations commerciales enrichies, les données peuvent être activées de nombreuses façons, de la personnalisation d'expériences au partage avec d'autres solutions Adobe Experience Cloud, voire avec des systèmes tiers, comme les PIM, les CRM ou les ERP.

Audience Activation permet aux entreprises de diffuser du contenu personnalisé, d'établir des règles sur les produits associés et de proposer des promotions en temps réel, adaptées aux segments optimisés par l'IA et gérés dans Real-Time CDP. Les événements comportementaux d'Adobe Commerce alimentent la segmentation dans Real-Time CDP, ce qui permet le déclenchement de différentes expériences d'achat en temps réel.

Au-delà d'Adobe Commerce, l'extension Data Connection facilite le partage des données avec d'autres solutions Experience Cloud pour optimiser de nombreux cas d'usage dans les domaines de la publicité (comme l'exclusion publicitaire), le marketing omnicanal (campagnes, e-mails et notifications), les tests d'expériences (tests A/B, offre la plus adaptée...) et l'analytics (analyse des campagnes, des parcours, etc.).

Notre approche permet de gagner du temps et de réduire les coûts.

Avec Adobe Commerce, partagez et activez des données dans votre tech stack plus facilement que jamais. Le workflow d'intégration basé exclusivement sur l'interface élimine le codage et le balisage manuels, ce qui accélère considérablement la rentabilisation, ramenée de 20 jours à une journée et de trois personnes mobilisées pour le développement à une seule, grâce aux fonctionnalités de partage des données.

Le partage de données avec Adobe est une expérience inédite.

- Prise en charge native des événements sur le point de vente et de back-office
- Intégration rapide par l'interface utilisateur, sans codage manuel
- Schéma de données standardisé dans les applications Adobe
- Traitement des audiences par Edge, pour une personnalisation en temps réel

Passez à l'étape suivante.

Avec Adobe Commerce, bénéficiez de puissants outils pour créer des expériences personnalisées à grande échelle et accroître l'engagement de la clientèle, les conversions et les ventes.

[En savoir plus](#)

[Donnez une autre dimension à votre expérience avec Adobe Commerce.](#)

Sources

[« Personalizing growth – It's a value exchange between brands and customers », Deloitte Digital, 2024](#)

The Adobe logo is displayed in white on a red background. It consists of the word "Adobe" in a bold, sans-serif font, with a stylized triangle shape integrated into the letter 'A'.

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

© 2025 Adobe. All rights reserved.