

Marketing via le cloud : Adobe jette son dévolu sur Marketo

Adobe [annonce](#) avoir acheté Marketo, une société qui commercialise des logiciels de marketing, auprès de Vista Equity Partners pour 4,75 milliards de dollars.

La transaction devrait être bouclée au cours du quatrième trimestre de l'exercice 2018.

Une spécialiste cloud de l'orchestration de campagnes pub

Créée en 2006, Marketo propose une solution logicielle d'automatisation du marketing basée sur le cloud conçue à la fois pour les petites entreprises et les grands comptes.

Ses services, conçus pour des spécialistes du marketing, permettent aux entreprises de gérer les campagnes marketing. Il est question de prise en charge des prospects, du marketing entrant, de la gestion des prospects, du marketing social, de la gestion des événements et de l'intégration de la gestion des relations clients, avec des tableaux de bord des ventes et des rapports et analyses marketing.

En résumé, Les logiciels en tant que service de Marketo, fournis via Google Cloud, permettent aux équipes de gérer des campagnes de marketing numérique et de suivre leurs performances.

Défier Oracle, Salesforce et SAP

Si Adobe est surtout connu pour des produits tels que Photoshop et Illustrator, que les équipes marketing utilisent d'ailleurs pour créer leurs publicités, le groupe dirigé par Shantanu Narayen offre également plusieurs services marketing axés sur l'analyse et la diffusion de campagnes.

Marketo revendique plus de 6 000 clients, dont des grandes marques telles que Microsoft, Hyundai et Panasonic.

De quoi booster la division marketing d'Adobe, dont le chiffre d'affaires a augmenté de 18 % pour atteindre 586 millions de dollars au deuxième trimestre.

Adobe escompte aussi défier les grandes entreprises tels qu'Oracle, Salesforce et SAP, très actifs dans ce domaine depuis des années.

Vista Equity Partners Management avait mis la main sur Marketo en août 2016 pour 1,79 milliard de dollars. En l'espace d'à peine deux ans, la société de capital-investissement active dans le secteur des technologies a ainsi réalisé un bénéfice de 2,96 milliards de dollars.

Il ne s'agit pas du premier gros achat d'Adobe en 2018. Le fournisseur de logiciels en tant que service a acquis le fournisseur de logiciels de commerce électronique Magneto pour 1,68 milliard

de dollars en mai dernier.

(Crédit photo : @Adobe)