

Rapprochement entre Adobe et Microsoft autour du Cloud Azure

Ce sont deux mastodontes de l'édition de logiciels qui opèrent aujourd'hui un rapprochement. Le très médiatique **Microsoft** d'un côté, et le plus discret – mais très puissant – **Adobe** de l'autre.

Adobe fera de Microsoft **Azure** sa plate-forme Cloud, pour des services comme l'Adobe Marketing Cloud, l'Adobe Creative Cloud et l'Adobe Document Cloud. La société abandonne ainsi la gestion de ses infrastructures Cloud à Microsoft. La firme de Redmond fait pour sa part de l'Adobe Marketing Cloud le service marketing de référence de sa solution Dynamics 365 Enterprise edition.

Plus de marketing dans Dynamics 365

Dynamics 365 s'enrichira donc d'une offre de gestion de **l'engagement client**. Un élément stratégique pour les entreprises. « *Les clients attendent aujourd'hui une expérience bien conçue, personnalisée et cohérente à chaque fois qu'ils s'engagent avec une marque* », explique **Shantanu Narayen**, CEO d'Adobe. « *Adobe et Microsoft réunissent la puissance du Cloud et la gestion des marques de bout-en-bout dont les entreprises ont besoin pour concevoir et offrir de belles expériences numériques.* »

Les offres marketing d'Adobe sortent ainsi de l'ombre. Et pourraient gagner en puissance, via l'adoption de solutions analytiques comme **Cortana Intelligence Suite**. Intelligence artificielle, machine learning et analytique avancée devraient ainsi être au cœur des futures offres de la société.

À lire aussi :

[Amazon, Microsoft, IBM et Google, champions du Cloud](#)

[Microsoft lance un plan de rachat d'actions de 40 milliards de dollars](#)

[Résultats : Microsoft porté par le Cloud, mais plombé par Windows 10](#)