



Akeneo PIM 4.0, la nouvelle plateforme de gestion de l'expérience produit

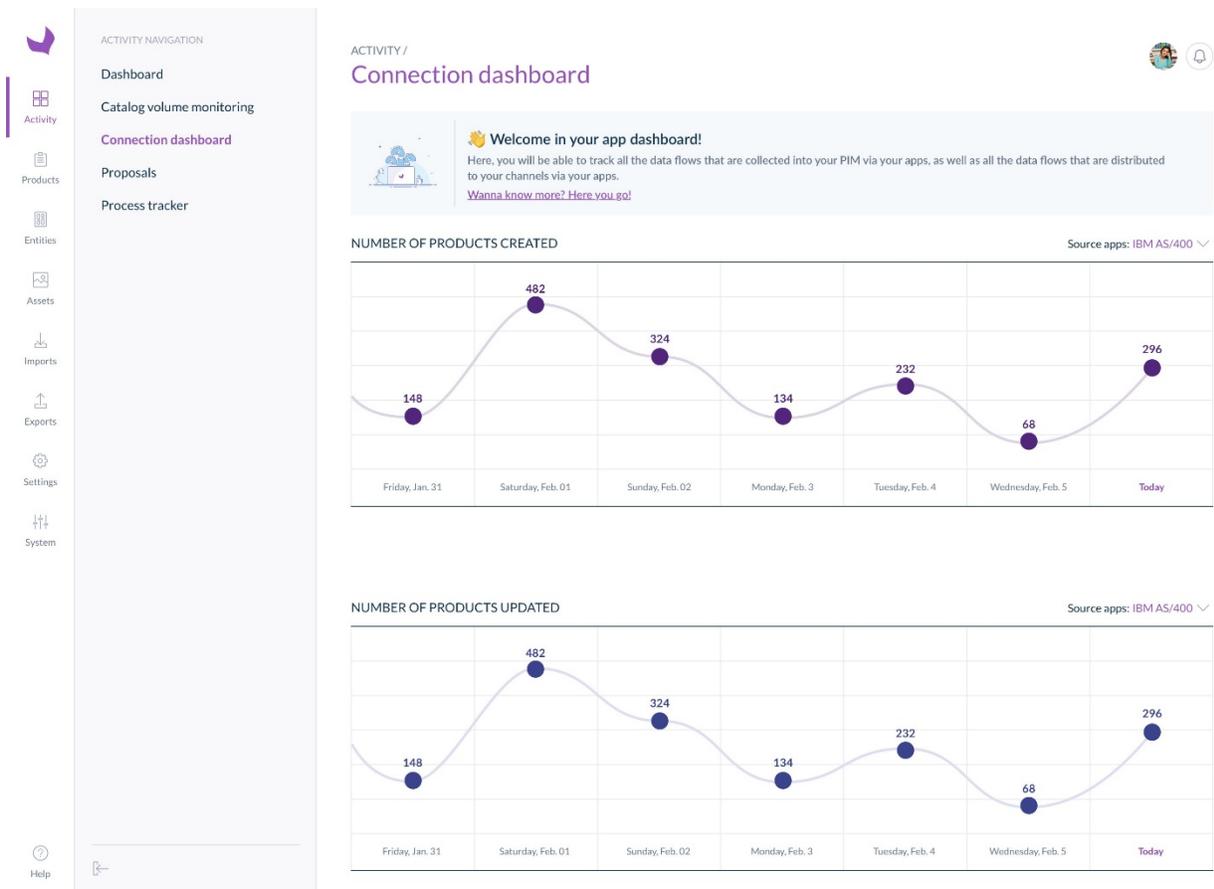
Les nouvelles fonctionnalités incluent l'analyse de la qualité des données et une amélioration de la gestion des contenus numériques et des connexions via API

Paris, le 6 février 2020 – [Akeneo](#), leader mondial des solutions de gestion de l'expérience produit (PXM) pour les marques et les retailers annonce aujourd'hui le lancement d'Akeneo PIM 4.0 à l'occasion de l'événement [Akeneo PIM Summit](#), le rassemblement mondial annuel des clients et partenaires de l'éditeur à Paris. Akeneo PIM 4.0 introduit de nouvelles fonctionnalités de gestion de l'expérience produit et facilite la connectivité et l'intégration avec les technologies tierces.

Akeneo PIM 4.0 est la dernière évolution des solutions PXM d'Akeneo, déjà utilisées par des marques mondiales telles que Sephora, Fossil, Midland Scientific et Franklin Electric pour mettre en œuvre et personnaliser leurs stratégies commerciales omnicanales et internationales.

Les nouvelles fonctionnalités et améliorations d'Akeneo PIM 4.0 comprennent :

1. **Asset Manager**, un hub central où les utilisateurs du PIM peuvent organiser et enrichir tous les types de contenus numériques liés aux produits. Les utilisateurs peuvent ainsi visualiser, gérer et transformer les contenus numériques pour offrir des expériences produits fortes et spécifiques aux canaux ciblés. Ils peuvent aussi relier ces ressources numériques à leurs catalogues de produits grâce à une intégration optimisée via API avec les outils DAM (Digital Asset Management) qu'ils utilisent.
2. **Data Quality Insights**, une fonctionnalité qui évalue l'exactitude et la qualité des données produits, signale automatiquement les fautes d'orthographe, les erreurs de formatage et affiche des notes de qualité des données dans un tableau de bord à code couleur. Les utilisateurs reçoivent des suggestions automatiques pour améliorer les données produits, corriger rapidement les erreurs et assurer l'exactitude et la cohérence de celles-ci.
3. **Mapping des caractéristiques dans Franklin Insights**, une nouvelle fonctionnalité qui utilise l'apprentissage automatique et l'IA (Intelligence Artificielle) pour suggérer automatiquement les caractéristiques produits répertoriés dans la bibliothèque d'informations produits techniques Franklin et enrichir les catalogues de ses clients. Les équipes marketing peuvent ensuite vérifier et accepter les suggestions d'attributs de Franklin en un seul clic, assurant ainsi une simplification de l'enrichissement des données produits.
4. **Un nouveau module de connexions** qui simplifie considérablement la gestion des connexions grâce à une intégration optimisée via l'API pour permettre aux utilisateurs d'établir et de gérer facilement des connecteurs tiers à partir d'une seule interface. Cette nouvelle fonctionnalité comprend un tableau de bord afin de surveiller facilement les flux de données en entrée et sortie du PIM, simplifiant la gestion de la sécurité entre applications.



Conformément à l'engagement d'Akeneo en faveur d'une amélioration continue, Akeneo PIM 4.0 renforce ses performances en permettant aux clients de bénéficier d'importations et d'exportations de données plus rapides, d'un délai de commercialisation accéléré et d'une meilleure scalabilité pour l'expansion des catalogues produits.

« Notre récent rapport IDC MarketScape sur les applications PIM pour le commerce a reconnu Akeneo pour sa stratégie open-source, la satisfaction de ses clients, sa large communauté de développeurs et son efficacité dans la gestion des catalogues. » souligne **Jordan Jewell, directeur de recherche chez IDC pour le Commerce Digital**. « Les clients que nous avons interrogés ont classé Akeneo au-dessus de la moyenne dans presque tous les critères de l'enquête. L'amélioration de la plateforme d'Akeneo avec sa version PIM 4.0 devrait permettre aux entreprises B2C et B2B de toutes tailles de fournir des informations omnicanales plus cohérentes et de haute qualité. »

Les exigences des consommateurs en matière d'expérience produit sont soulignées dans une récente enquête¹ menée par Akeneo et Accenture qui sera disponible dans le courant du mois de février. Celle-ci souligne notamment le besoin urgent d'outils PXM efficaces. Selon cette étude, **80% des acheteurs ont abandonné un achat et 40% ont retourné un produit en raison d'informations produits manquantes ou inexacts. Près d'un tiers des consommateurs déclarent qu'ils seraient prêts à payer plus cher un produit pour avoir**

accès à des informations produits complètes, et plus d'un tiers pour une expérience produit exceptionnelle.

« Akeneo est fier d'avoir été le fer de lance du passage de l'ère du PIM à celle du PXM, moteur clé du succès commercial des marques B2B et B2C dans notre économie actuelle dominée par l'expérience client et l'omnicanal » explique **Fred de Gombert, CEO et co-fondateur d'Akeneo**. *« Notre version 4.0 est une plateforme PXM qui offre une connexion incomparable à un vaste écosystème de partenaires et propose de puissantes capacités de Product Data Intelligence basées sur l'IA. Aucun autre fournisseur de PXM ne permet aux retailers et aux marques d'intégrer et d'exploiter tout le potentiel des technologies florissantes du commerce omnicanal. »*

CONTACTS PRESSE

Natacha Heurtault – Earlycom
06 12 23 58 60

natacha.heurtault@early-com.com

Amandine Bonnefis – Earlycom
06 60 77 16 00

amandine.bonnefis@early-com.com

À propos d'Akeneo

Akeneo, leader mondial des solutions de Gestion de l'Expérience Produit (PXM) et de l'Information Produit (PIM), permet aux marques et retailers d'offrir une expérience client irrésistible sur tous les canaux de vente : eCommerce, mobile, print, points de vente. Les solutions PIM open source et Product Data Intelligence d'Akeneo, améliorent considérablement la qualité et l'exactitude des données produits, tout en simplifiant et en accélérant la gestion de catalogue. Des marques mondiales comme Sephora, Fossil, Shop.com et Auchan, font confiance aux solutions Akeneo pour adapter et personnaliser leurs stratégies de vente omnicanales et internationales. En utilisant Akeneo, les marques et les retailers peuvent améliorer l'expérience client, augmenter leurs ventes, réduire les délais de mise sur le marché, s'internationaliser et accroître la productivité de leurs équipes. Pour plus d'informations : <https://www.akeneo.com> ou contactez-nous sur Twitter à [@akeneopim](https://twitter.com/akeneopim).

¹ Enquête réalisée du 7 au 13 janvier 2020 sur un échantillon de 1002 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI. OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252. Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : "Sondage OpinionWay pour Akeneo" et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.