

Adobe y Microsoft se unen para compartir datos de marketing

Adobe y Microsoft han anunciado un acuerdo que tiene el objetivo de compartir datos de ventas y marketing y que busca de este modo hacer sus respectivas ventas y comercialización **de productos de software más potentes, frente a la oferta de competidores de la talla de Salesforce o de Oracle.**



En la víspera de la conferencia anual de usuarios de Adobe, la compañía ha adelantado su alianza con Microsoft, que les llevará a crear un formato de datos compartido entre **la suite de software de marketing de Adobe**, y el software de ventas de **Microsoft**, llamado **Dynamics**, permitiendo que los sistemas de software puedan trabajar juntos sin problemas.

De acuerdo con [Reuters](#), para Adobe, que es una empresa más conocida entre los consumidores por su servicio de retoque de imagen digital, **Photoshop** y por el software **Acrobat PDF**, la asociación se basa en un acuerdo que ya firmó con Microsoft a finales del pasado año para usar sus servicios en la nube de **Azure**.

Sin embargo, más allá de los servicios que ya tiene a disposición de sus clientes y usuarios, Adobe ha estado trabajando en el desarrollo de software de marketing, tras la compra de **Omniure**, una empresa que ayuda a los propietarios de sitios web a realizar un seguimiento de su tráfico, por 1.800 millones de dólares en el año 2009. El software que utilizan las empresas para contabilizar el impacto de sus campañas publicitarias digitales y de marketing representaron unos ingresos de alrededor de 1.200 millones de dólares en el último año de los 4.600 millones que registró la compañía.

Por su parte, **Microsoft ha estado tratando de ampliar Dynamics**, su sistema de software para la gerencia de las ventas y esta unión con Adobe le ayudará a competir con más fuerza contra Salesforce y Oracle, que ambos ofrecen, de forma conjunta, software de marketing y ventas.