



媒体联系人

Summer Shi
史园
Adobe
(86) 10 58657703
sshi@adobe.com

Sharon Chen
陈枢悦
MSL
(86) 10 85730582
sharon.chen@mslgroup.com

新闻稿

营销人员不再盲人摸象！ Adobe Analytics 推出全新“归因 IQ (Attribution IQ)”，助力品牌做出最佳决策

中国，北京—2018年7月4日—随着科技不断发展，能够触达用户的渠道也越来越多元化，如何正确配置数字广告、电子邮件及内容营销等内容，成为营销资源分配及创意工作沟通的关键。要做出具有影响力的营销决策，往往需要对目标受众的深入洞察，但营销人员却经常在盲目摸索的情况下做出决策。因此，Adobe Analytics Cloud 推出全新解决方案“归因 IQ (Attribution IQ)”，通过数据的力量促进市场营销策略的制定及创意思维的形成，使品牌不再仅仅依靠最初与最终触电的消费者行为来进行归因。Adobe Analytics 归因 IQ 提供了十种综合模式，是市面上唯一能够深入了解特定营销活动、产品或内部促销的解决方案。它能够准确评估如社交媒体或移动端等渠道上的成果，有效地展示出不同个体、产品及创意市场活动带来的差异性。营销人员将不再“盲人摸象”，而是能够“顺藤摸瓜”。

面对零售业实体店客流量的不断下降以及来自数字化竞争对手的挑战，营销人员能够凭借归因 IQ 的准确评估来支持其营销策略，帮助零售业者更精准地增加网络营销投入并推出新的创意营销活动。通过归因 IQ，营销人员能够获取更多过去无从得知的信息，例如，零售业者能够清楚地看到通过付费或自发的社交媒体营销是否能够吸引特定客户群体（如千禧一代女性或95后）回访并完成购买行为。

归因 IQ 可以通过 Adobe Analytics 中的 Analysis Workspace 使用，营销人员可将顾客旅程及其与品牌互动的所有触点可视化。归因 IQ 适用于 Adobe Analytics 广泛支持的各个渠道，从 PC 端、移动端、社交媒体，到语音分析及联网汽车。一直以来，Analysis Workspace 都赋予品牌灵活使用数据的能力。现在，用户也可以使用多样化的归因模型，了解单一营销活动或特定关键字的表现能力，而不仅仅是比较展示型广告与社交媒体广告的效益。同时，归因 IQ 还可进一步强化 Adobe Analytics Cloud 及 Adobe Advertising Cloud 之间的整合，有助于品牌在营销及预算规划上做出更明智的决策。

Analysis Workspace 中的归因 IQ

对于决策者而言，预算往往是最令人担忧的问题。品牌往往在试图展现企业影响力、创造最具效益的营销活动时，缺乏数据来证明其社交媒体或移动端的投资价值。归因 IQ 能够帮助广告商及营销人员让品牌远离因无法明确客户旅程而定下的虚无缥缈的目标，切实地帮助他们提升营销投资效益。

欲了解更多 Adobe Analytics Cloud 的信息，请点选[此处](#)。

###

关于Adobe

Adobe正通过数字体验改变世界。了解更多信息，请访问<http://www.adobe.com/cn>。关注Adobe官方微信号“AdobeChina”，以及中国官方微博http://www.weibo.com/adobechina?is_all=1，获取更多新闻、更新、促销等信息，并与Adobe中国本地团队进行互动。

© 2018 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.