



媒体联系人

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

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

新闻稿

Adobe和微软宣布联合发布新产品，全面改良用户体验

公司帮助品牌将数据全方位融入销售、市场营销和服务

中国，北京——近日，在 [Adobe 峰会](#) 上，Adobe (Nasdaq:ADBE) 宣布继与 [微软](#) 去年 9 月建立起的 [合作伙伴关系](#) 后，将联合推出首个系列解决方案，帮助企业改良用户体验 ([详情请观看主题演讲视频](#))。这套解决方案已推出，可利用 Adobe Experience Cloud 和 Microsoft Azure, Dynamics 365 以及 Power BI 来全面革新跨渠道用户体验和活动安排。此外，两家公司宣布将合作制定第一个开放的行业标准以定义和统一销售、市场营销和服务数据所需的语言，从而能持续大规模地传递数字体验。

“说到品牌互动，今天的消费者有很高的要求。企业集团必须能够大范围地提供绝佳的用户体验，否则就会面临客户流失的风险。”Adobe 执行副总裁兼首席技术官 Abhay Parasnis 表示，“将 Adobe 和微软的销售、市场营销和客户智能解决方案整合在一起就使得品牌在所有接触点都能够更好地理解客户，并与他们展开互动。”

“我们相信，双方技术的结合将带来无限潜力，使得企业能够有全新的方式使用数据，解锁关键商业信息，落实研究成果。”微软执行副总裁 Scott Guthrie 表示，“通力合作，我们能够提供具有吸引力的和个性化的体验，从而增加品牌忠诚度并促进增长。”

将数据融合转化为可行的洞察

通过新发布的方案，企业可以更好地统一销售和市场营销，并为客户创造具有吸引力的、个性化的和始终如一的卓越体验。

两家公司将共同推出如下服务：

- Adobe Campaign 与 [Microsoft Dynamics 365](#) 的结合使得企业能够通过多种渠道整合客户洞察，为客户在市场营销的每个接触点创建个性化体验。

- Adobe Analytics 与 [Microsoft Power BI](#) 可以全方位地为企业提供更多信息。企业可以将行为数据导入 Power BI 来对各个领域的活动影响力进行可视化，从而了解哪些客户接触点是最有效的，并将这些信息在真实情境中转化为可行的有益成果。
- Adobe Experience Manager 网站管理服务现在可以在 [Microsoft Azure](#) 上使用，使得企业能够更迅速、高效地为世界各地的客户提供个性化的网站体验。企业可以在 Adobe Experience Manager 上以更低的管理和资源成本对自己的网站内容进行管理。

在构建行业标准数据模型方面展开合作

基于两家公司在数据科学和机器学习领域的卓越成绩，Adobe 与微软正在合作研发一款语义数据模型来帮助理解和提高实时客户参与。这一模型将会为数据的构架提供标准，同时大幅加快从大量数据中获取洞察的过程。

在研发这一新模型的过程中，两家公司也与其他行业领导者展开了合作。AppDynamics, Acxiom, Dun & Bradstreet, Qualtrics, Zendesk, [24]7 和万事达卡 (MasterCard) 都参与到了 Adobe 和微软的研究中，共同开发这一新的数据模型，并且致力于根据这一通用语言开发应用。

通过在平台层面提供端到端的融合，客户可以更便捷地进行定制化应用，在网页和移动应用终端获取行为数据，并通过 Adobe 和微软服务以及其他任何支持该数据模型的平台收集洞察。两家公司预计在 2017 年 5 月 10-12 日举行的 Microsoft Build 2017 大会上发布该项目的最新进展。

关于微软

微软 (纳斯达克上市代码 “MSFT”) 于 1975 年成立，是全球领先的软件、服务、设备和解决方案供应商，予力全球每一人、每一组织，成就不凡。

关于 Adobe 系统公司

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。