



媒体联系人

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

Kelly Li
李思静
MSL
(86) 15201122672
Kellysj.Li@msslgroup.com

Adobe 携手微软与 LinkedIn，共同提升基于客户的体验

中国，北京——2019年4月1日——Adobe (Nasdaq: ADBE)近日在其数字体验峰会上宣布，公司将扩展其与微软的合作伙伴关系，以及与 LinkedIn Marketing Solutions 营销解决方案的全新整合，以全新的市场营销解决方案提升基于客户的体验（Account-Based Experiences, ABX）。Adobe 和微软将结合双方的关键数据源，从 Adobe Experience Cloud（包括 Marketo Engage）和 Microsoft Dynamics 365 for Sales 中完善基于客户的档案信息，帮助 B2B 营销和销售人员在轻松地识别、理解 B2B 客户，并与购买决策团队沟通。该合作能够帮助企业在 LinkedIn 这类主要的营销和销售平台上更好地部署、评估和推送针对性的内容，为个人及客户提供个性化体验。

Adobe 数字体验业务部高级副总裁 Stave Lucas 表示：“在复杂的市场营销和销售过程中协调和管理多个人的互动是基于客户体验的核心，也是 B2B 营销人员每天必要的工作内容。这些基于客户的全新功能，可以帮助营销和销售团队在与客户及其工作人员的沟通与互动中更好地配合，并通过新的方式来评估营销活动的商业影响力。”

微软商业应用和全球行业副总裁 Alysa Taylor 表示：“通过数据的力量来发现合适的机会并利用相关洞察能够帮助营销和销售人员在更好地面对采购决策方，做出正确的下一步计划。通过与 Adobe 和 LinkedIn 合作，微软将能够向企业提供端到端的解决方案，提升潜在客户的转化率，创造机会改善服务和进行交叉销售，从而带来更高的客户生命周期价值。”

LinkedIn 业务发展副总裁 Jen Weedn 表示：“营销人员开展企业营销活动时所面临的一个最大的挑战就是确保他们的信息能够精准地触达目标受众，并实现大规模的投资回报。通过将 LinkedIn 基于客户的营销功能扩展至 Adobe Experience Cloud 的用户，我们为他们创建了一种无缝的方式，帮助营销人员准确地识别和锁定 LinkedIn 上的目标受众，并为他们提供有意义的内容，提高企业营销活动的成功率。”

本次的合作关系进一步深化了 Adobe 和微软的长期合作，与 LinkedIn Marketing Solution 营销解决方案的新集成也为营销人员提供了新的方式，帮助他们更加有效地与客户和购买决策团队沟通。进一步实现：

- **更深入、实时地了解目标客户：**营销和销售团队可以使用 Marketo Engage 和 Microsoft Dynamics 365 销售的数据更加深入且实时地了解目标客户，包括洞察个人的角色、影响力和喜好。通过将 LinkedIn 的 Matched Audiences 和 Marketo Engage 相结合，二者基于客户的精准定位功能将帮助营销人员识别精准的联系入，并通过 LinkedIn 与其沟通。
- **通过更丰富的客户档案，更有效地触达目标受众。**为了识别最合适的目标客户，Marketo Engage 的客户档案功能（Account Profiling）将智能驱动的预测模型和自动化整合在一个基于客户的体验解决方案中，帮助营销人员在几分钟内就能在 2500 万家企业中锁定目标客户。
- **前所未有的精准度助力基于个人的营销活动：**作为 Adobe 在 Azure 上运行的数据管理平台（DMP），Adobe Audience Manager 能够协助品牌整合受众数据并在 LinkedIn 和其他平台上发布基于联系人的营销活动，同时为媒介购买人员提供前所未有的精准信息。同时，数据治理和隐私控制能够确保客户数据的安全，并帮助品牌遵循其隐私政策和数据隐私合规性的目标。

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“AdobeChina”，以及中国官方微博 http://www.weibo.com/adobechna?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。

###