

Adobe lancerer et brand-samarbejde, så man nemmere kan personalisere markedsføring på tværs af digitale enheder

I dag præsenterer Adobe en lang række nyheder i sin Marketing Cloud, deriblandt et nyt netværk, hvor verdens største brands kan samarbejde, så de kan identificere og tilbyde forbrugerne mere relevant markedsføring på tværs af enheder. Nyt partnerskab med målingspecialisterne comScore skaber nye muligheder for måling af tv-annoncer. Adobe styrker også sin tv-løsning Primetime med en avanceret anbefalingsfunktion.

Markedsføring til forbrugere, der ofte skifter mellem digitale enheder – fx fra pc'en på kontoret til smartphonen i toget og tableten hjemme på sofaen – har indtil videre været en enorm udfordring for brands, når de vil skabe en personlig og målrettet markedsføring.

En løsning på dette er Adobe Marketing Cloud Device Co-op – et nyt netværk, hvor verdens største brands kan arbejde sammen, så de kan lave relevante annoncer til forbrugere på tværs af digitale enheder. Netværket fungerer ved, at det anonymiserer personlige data som navn, telefon og e-mail for at sikre privatlivets fred. Derefter deles information, fx at forbrugeren netop har bestilt en rejse til en bestemt destination. Netværket sørger for, at forbrugeren ikke længere bombarderes med rejseannoncer, men i stedet oplever relevant markedsføring i form af tilbud på hoteller, restauranter og kulturtilbud ved den givne destination. Adobes Co-op forventes at sammenkæde op til 1,2 mia. enheder og kan bane vejen for en mere personaliseret form for markedsføring.

"I dag fokuserer digital markedsføring på IP-adresser og internet cookies og har indtil nu ikke været i stand til at etablere autentiske og intelligente forbindelser med alle forbrugere på digitale platforme. Vores nye Co-op er med andre ord markedsføring til mennesker, ikke til computere eller mobile enheder. Indtil nu har det kun været firmaer som Google og Facebook - som har et stort antal brugere, som logger ind på deres økosystemer regelmæssigt - der har været i stand til at holde styr på forbrugerne, når de bevæger sig fra én enhed til en anden," forklarer Håkan Cedéll, nordisk chef for Adobe Audience Manager.

Adobe Marketing Cloud Device Co-op blev annonceret i dag på den årlige marketingkonference Adobe Summit i Las Vegas med 10.000 deltagere. På konferencen præsenterer Adobe også en række nye algoritmebaserede funktioner, der på baggrund af enorme datamængder kan anbefale og foreslå de mest effektive emnelinjer til e-mails og udvælge de mest virkningsfulde billeder til digitale kampagner målrettet forskellige forbrugere på tværs af alle kunde-touch-points.

comScore-partnerskab skruer op for målingen af digitalt tv og annoncer

Et nyt samarbejde mellem cross-platform-målingspecialisterne comScores kundedata og Adobes Marketing Cloud gør det nemmere for indholdsleverandører og annoncører at måle kundeadfærd og oplysninger om eksempelvis antal afspilninger af video, hvor længe forbrugeren har set indholdet og

hvor meget forbrugeren interagerer med online indhold. Det betyder, at annoncører kan optimere deres digitale kampagner og bedre målrettede annoncer på tværs af tv og andre digitale kanaler.

“Samtidig kan mediehuse udnytte disse oplysninger til at forudse, hvordan deres indhold performer på tværs af platforme og målgruppesegmenter,” forklarer Imran Afzal, nordisk marketingchef for Adobe Marketing Cloud.

Adobe Primetime og big data fjerner kedelige tv-programmer

I dag skal annoncører forholde sig til, at indhold i stigende grad ses på tværs af forskellige enheder og på forskellige tidspunkter af døgnet. Takket være en ny funktion i Adobes Primetime-løsning kan broadcastere og udbydere af betalings-tv automatisk foreslå de tv-programmer og film, der vil appellere til den enkelte seer takket være analyse af mere end 200 mia. tidligere onlinevideoafspilninger.

Links

Læs mere om, hvordan [Adobe Marketing Cloud Device Co-op](#) virker

Læs mere om [samarbejdet med comScore](#) og Adobes nye marketingalgoritmer

Læs mere om [tv-distributionsplatformen Adobe Primetime](#)

For mere information, kontakt:

Adobe, kommunikationschef Jes Schyum, tlf. 26 70 46 70, e-mail: jschyum@adobe.com

Holm Kommunikation, konsulent Ida Brixtofte Nielsen, tlf. 50 60 14 69, e-mail: ibn@holm.dk

Om Adobe

Adobe ændrer verden igennem digitale oplevelser. For mere information, besøg www.adobe.com.