



Ny rapport: Skærme er blevet et fuldtidsjob for forbrugere

Mange af os ejer både en computer og en smartphone, og flere af os har også en tablet. Ikke nok med at vi bruger det, der svarer til mere end en fuld arbejdsuge på disse enheder, så har vi også ofte gang i flere af dem samtidig – og det er bestemt ikke noget, vi skammer os over. Det viser en ny undersøgelse foretaget på vegne af Adobe Experience Manager.

7,8 timer om dagen. Så lang tid bruger amerikanske forbrugere dagligt på deres computere, smartphones og tablets. Og for de såkaldte *millennials* - personer født mellem 1980 og 2000 - er tidsforbruget endnu højere. I en ny undersøgelse foretaget for Adobe svarer den unge generation, at de interagerer med deres digitale enheder i helt op til ti timer om dagen.

Samtidig viser undersøgelsen, at forbrugerne ofte er aktive på flere enheder ad gangen. Over halvdelen, 55 pct., svarer, at de 'konstant' eller 'ofte' benytter flere digitale enheder på samme tid. Måske ikke overraskende er det de unge, der er mest komfortable med at 'multi-screene,' og for dem er der intet til hinder for at se tv på laptop'en, mens de onlineshopper på deres tablet og tjekker beskeder på smartphonen.

Kun én procent skammer sig

For størstedelen af forbrugerne (71 pct.) vækker det udelukkende positive følelser at bruge flere enheder samtidig. Det får dem til at føle sig produktive, underholdte og forbundet. Seks pct. svarer dog, at de oplever en følelse af kedsomhed, når de har gang i flere enheder samtidig, og én pct. svarer, at det får dem til at skamme sig.

Kvinder vælger smartphone, mænd bruger laptop

Smartphonen er det foretrukne valg, når forbrugere kigger på indhold på nettet. Ifølge undersøgelsen foretrækker 82 pct. af forbrugerne at bruge deres smartphone, mens 63 pct. peger på, at computeren er bedst til at surfe på nettet. Mænd vil helst bruge deres laptop til at kigge på indhold på nettet (67 pct), hvorimod kvinder hellere vil benytte smartphonen (86 pct.).

Virksomheder skal tænke sig om

Forbrugernes vane med at bruge flere digitale enheder samtidig stiller store krav til virksomheders design af websites, påpeger Imran Afzal, marketingchef for Adobe Experience Cloud i Norden:

"Forbrugernes brug af mange forskellige skærme stiller store krav til virksomhedernes udvikling og distribution af indhold. Vi har længe vidst, at det er nødvendigt med indhold, som er optimeret til den enkelte kanal det vises på. Men udviklingen i forbrugervaner stiller store krav til indholdets format og udtryk – og ikke mindst hastigheden, det leveres med. Derfor skal virksomheder tænke mobil, tablet, laptop og tv ind i en integreret marketingstrategi i stedet for at behandle de forskellige kanaler som enkeltstående elementer," siger Imran Afzal.

Ny teknologi gør det lettere at levere personligt indhold

I dag lancerer Adobe en række funktioner i det nye Adobe Experience Manager 6.4, som er en del af Adobe Experience Cloud og gør det muligt for virksomheder og marketingsafdelinger at levere personligt indhold til kunderne – uanset hvilken enhed de tilgår det fra. Løsningerne er understøttet af Adobe Sensei, der er Adobes portefølje af nye teknologier som kunstig intelligens og selv-lærende algoritmer.

- **Personligt indhold på intelligent vis:** Med Adobe Experience Manager kan indhold og websites opbygges intelligent og automatisk generere det mest effektive layout i forhold til, hvem modtagerne er. Det kan fx være en restaurant, der vil vise forskellige billeder, menuer og tilbud til modtagere, der er vegetarer eller gluten-intolerante.
- **Højkvalitetsbilleder fylder op til 70 pct. mindre:** Den intelligente teknologi Dynamic Media gør det muligt for brugere at overlade håndteringen af filer til Adobe Sensei. Smart Imaging og Smart Crop analyserer automatisk filerne og minimerer filstørrelsen med op til 70 pct. - uden at kvaliteten eller det visuelle udtryk går tabt.
- **Automatisk tilpasning af indhold:** Samspillet mellem Adobe Experience Manager og Adobe Target gør det muligt for brugerne at få tilpasset indholdet til den rette kontekst, hvad end der er tale om et nyhedsbrev eller Facebook-opslag. Derudover gør Adobe Sensei det muligt at gøre et låst format, som eksempelvis en PDF, til en mobil-venlig oplevelse.



- **Intelligente formularer:** Med intelligent formularkonvertering i Adobe Experience Manager, som bruger Adobe Senseis intelligente teknologi, kan man automatisk konvertere traditionelle PDF-formularer til en langt bedre mobile-responsive oplevelse. Det inkluderer præcis identifikation og digitalisering af input-felter og formularstrukturer på få sekunder.

Andre nyheder i Adobe Experience Manager 6.4

- **Indbygget adgang til Adobe Creative Cloud:** Adobe Sensei reducerer tidsspildet ved at arbejde i flere programmer og cloud-systemer på én gang. Det bliver muligt at arbejde i flere af Adobes produkter samtidig via et indbygget app-panel.
- **3D-content fra Creative Cloud:** Adobe integrerer Adobe Experience Manager med Dimension CC, og gør det nemt og håndgribeligt for virksomheder at bygge, tegne og anvende 3D-indhold i deres markedsføring.
- **Intelligent hjælpegrafiker:** 'Smart Tags'-teknologien hjælper med det daglige arbejde. Via datalæring foreslår og tilbyder den skræddersyede grafiske elementer. Jo mere, man bruger den, desto bedre lærer den ens virksomhed at kende.

Om undersøgelsen

Undersøgelsen er foretaget blandt 1.011 amerikanske forbrugere over 18 år, som ejer minimum én digital enhed. Data er indsamlet i december 2017.

For yderligere information

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

Holm Kommunikation, konsulent Lotte Sievers, tlf. 23 63 29 28, e-mail: ls@holm.dk

Om Adobe

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