

## Pressemeddelelse

Marts 2018

### Kunstig intelligens viser search-annoncører vej gennem datavrimlen

**Data er guld, men at overskue store mængder af det og træffe de rigtige beslutninger om, hvordan budgetterne til søgeord skal placeres, er ikke altid let. Som den første virksomhed i branchen forbinder Adobe nu målgrupper i search-annoncering med AI og maskinlæring. De nye funktioner og en ny brugergrænseflade i Adobe Advertising Cloud skal lette arbejdet for annoncører og øge afkastet.**

Alle, der arbejder med søgeannoncering ved, at kompleksiteten i planlægning og optimering af kampagner er øget voldsomt. Milliarder af datapunkter og informationer fra tusindvis af søgeord bruges i dag til målretning af kampagner på tværs af målgrupper, enheder, geografi, tidspunkt på dagen osv. Alle disse data gør det praktisk talt umuligt for annoncører at træffe optimale beslutninger om, hvor annoncekronerne skal bruges for at opnå de bedste resultater.

For at løse det problem introducerer Adobe nu en række nye funktioner i Adobe Advertising Cloud, som bygger på kunstig intelligens (AI). I centrum for det hele står Adobe Sensei, der er virksomhedens AI og maskinlæringsteknologi.

#### **Annoncørerne får fuldt indblik**

I samspil med Adobes øvrige løsninger, herunder Adobe Analytics, Adobe Audience Manager og Adobe Campaign, kan annoncører nu få hjælp til prioritering af bud, simuleringer og prognoser for deres kampagner. Samtidig forenkles processen for målretning i søgeannoncering, hvilket både kan spare annoncørerne tid og øge investeringsafkastet.

Adobe Sensei scanner løbende for uoverensstemmelser mellem forventet og faktisk performance på kampagnerne, og flere gange om dagen justeres søgeordsbud for at maksimere afkastet. Annoncører har desuden fuld synlighed i prognosemodeller og deres nøjagtighed, og der er rapporter tilgængelige, hvor annoncerører kan få indblik i klik-, omkostnings- og indtægtsmodeller.

"Den næste generation af søgeannoncering er drevet af bedre data, større regnekraft og mere gennemsigtighed. Den nye teknologi er med til at understøtte og udvikle det arbejde, som virksomheders salgs- og marketingsafdelinger i forvejen laver. Det gør vi konkret med at automatisere endnu flere processer i Adobe Advertising Cloud Search," siger Håkan Cédell, nordisk chef for Adobe Advertising Cloud.

#### **Ny brugergrænseflade gør kampagner håndterbare**

Adobe Advertising Cloud Search har også fået en helt ny brugergrænseflade, der er langt mere brugervenlig og effektiv. Den nye brugergrænseflade gør det hurtigere at søge i og organisere komplekse kampagner. Derudover er tilpassede rapporteringsfiltre og -kolonner med til at forenkle komplekse data, som styrker grundlaget for at træffe de rigtige beslutninger.

Bliv klogere på [her](#).

**Om Adobe Sensei:**

Ved at bruge Adobes mangeårige erfaring inden for kreativitet, dokumenter og markedsføring udnytter Adobe Sensei milliarder af indholds- og dataelementer - lige fra højopløste billeder til kundeklik - alt sammen i et ensartet miljø med kunstig intelligens og maskinlæring. Fra at matche billeder på tværs af millionvis af elementer, til at forstå betydningen og følelsen af dokumenter, til endelig at nå ud til vigtige publikumsegmenter - Adobe Sensei kan det hele.

**For yderligere information:**

Adobe, kommunikationschef Jes Schyum, tlf. 26 70 46 70, e-mail: [jschyum@adobe.com](mailto:jschyum@adobe.com)

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

**Om Adobe**

*Adobe ændrer verden igennem digitale oplevelser. For mere information, besøg [www.adobe.com](http://www.adobe.com)*