



Pressemeddelelse

27. marts 2018

Adobe lancerer ny generation af cloud-platform med 155 billioner transaktioner

For at overleve som virksomhed skal man forstå sine kunders adfærd og være i stand til at reagere hurtigt. Det var en svær opgave tidligere, men nu præsenterer Adobe den næste generation af Adobe Cloud Platform, der forener indhold og enorme mængder data ved hjælp af kunstig intelligens (AI) og maskinlæring. Blandt nyhederne er byg-selv datamodeller og algoritmer, der er klar til 'træning'.

På den store marketingkonference Adobe Summit i Las Vegas har Adobe i dag løftet sløret for deres nye Cloud Platform, der gør det lettere for virksomheder at tilbyde personaliserede kundeoplevelser.

Den nye generation omfatter bl.a. forbedringer i Adobe Exchange og nye tredjepartsintegrationer, der hjælper marketingfolk, når de bruger Adobe Experience Cloud. I centrum for det hele står Adobes AI og maskinlæringsteknologi, Adobe Sensei, der bl.a. giver udviklere mulighed for at opbygge brugerdefinerede datamodeller og træne præbyggede algoritmer til at passe til deres virksomheds behov.

155 billioner data-transaktioner om året

Adobes Cloud Platform anvendes af tusindvis af virksomheder verden over, og på årsbasis ryger intet mindre end 155 billioner datatransaktioner igennem platformen.

"Det kan være svært for virksomheder at danne sig overblik over og handle på den massive mængde af data, der eksisterer i dag. Med den nye og mere moderne cloud-arkitektur kan virksomheder få de værktøjer, de behøver for at kunne levere gode kundeoplevelser på et splitsekund," siger Imran Afzal, nordisk marketingchef for Adobe Experience Cloud.

Fem konkrete forbedringer

Helt konkret har Adobes nye Cloud Platform udviklet fem nye tiltag, som både kommer marketingfolk, dataspecialister og udviklere til gode.

- **Ny profil med GDPR-hjælp** Adobe har gennem en modernisering af datafundamentet i cloud-platformen skabt en ny samlet profil, som gør det muligt for virksomheder at samle al data om kundernes præferencer, så kundeoplevelsen forbedres gennem hele kunderejsen. De nye tiltag hjælper også kunder med at blive klar til den ny persondataforordning (GDPR), der træder i kraft til maj.
- **Adgang til Hootsuite og Observpoint** Adobe har forbedret og opdateret Adobe Exchange Marketplace, der er en samling af præbyggede applikationer og integrationer til tredjepartsløsninger. Nye tredjepartsintegrationer tæller bl.a. Hootsuite og Observpoint.
- **Byg-selv datamodeller** Data-medarbejdere kan opbygge deres egne brugerdefinerede datamodeller i Adobe Cloud Platformen med AI Studio, der er en ny service drevet af Adobe Sensei.
- **Træn din algoritme** Udviklere kan få adgang til præbyggede Adobe Sensei algoritmer, som de kan 'træne' til at passe til deres virksomheds behov.
- **Ny beta-version** Den nye beta-version af Adobes serverløse platform Adobe O/I Runtime letter udviklernes arbejde.

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

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