



傳媒查詢

史園 (Summer Shi)

Adobe

(86) 10 58657703

sshi@adobe.com

Jackson Chan / Anderson Cheong

Newell Public Relations

(852) 2117 5026 / 2117 5017

jacksonc@newell.com / andersonc@newell.com

即時發布

傳媒通知：Adobe 整合其他品牌渠道，加強電郵

營銷

香港 — 2018 年 9 月 6 日 — 儘管社交媒體可讓品牌獲得更多曝光機會，港人仍視電郵為一項有效的溝通工具。Adobe (Nasdaq: ADBE) 最近[有關美國消費者的調查顯示](#)，接近 50% 受訪者仍然喜愛以電郵形式接收品牌優惠資訊。與此同時，其他數碼渠道如聊天機械人或智能手錶等亦漸受歡迎，顯示品牌必需通過消費者期望的方式保持互動。為滿足消費者期望，Adobe 推出由 [Adobe Experience Cloud](#) 旗下的 [Adobe Campaign](#) 創意及數據所支援的全新跨渠道創新。

Adobe Campaign 產品市場營銷總監 (director of product marketing, Adobe Campaign) Kristin Naragon 表示：「我們的調查證實個人化市場營銷的重要性，揭示消費者最討厭品牌推薦不相關產品、發送已過期的優惠以及錯誤拼寫顧客姓名。品牌致力為每一位受眾帶來合適的體驗時，需要較以往更注重消費者的用語及選取消費者偏好的渠道，以維繫與消費者的互動。我們引進的全新功能，可協助品牌憑個人化互動及獨特的內容和數據融合，建立消費者忠誠度。」

上述改進讓營銷人員得以跨裝置、跨渠道，創作包括電郵在內的個人化體驗。通過更緊密融合電郵營銷、內容流程及其他市場營銷渠道，Adobe 讓品牌與消費者鞏固關係及建立互信。全新的 Adobe Campaign 功能及 [Adobe Research](#) 的前瞻性計劃可協助營銷人員：

- **預測發送電郵的最佳時間：**Adobe 預示一項專為未來可能與 Adobe Campaign 整合的、現正開發的 Adobe Research 電郵計劃。透過運用 Adobe 的人工智能及機器學習技術 [Adobe Sensei](#)，品牌可以自動決定發送電郵予每位顧客的最有效時段，籍此提高電郵開啟率以發揮營銷活動的最

大效用。營銷人員只需為營銷活動訂立開始和結束的視窗，Adobe 即可自動在最理想的時間向每位收件人發送電郵。

- **電郵可基於個人互動進行智能分層：**另一項 Adobe Research 的項目運用 Adobe Sensei 協助營銷人員深入分析市場互動。透過量度顧客收到訊息後作出反應的時間衡量顧客與電郵的互動，以判斷正確的發送頻率。新功能亦可以協助於個人層面上制訂精準投放策略。
- **簡化電郵創作：**依賴代理公司或圖像設計師創作電郵既費時又費錢。全新的電郵設計器只需簡單拖拽界面，市場營銷人員即可從零開始建立或採用自訂模板，創作出設計精美的電郵。電郵營銷人員現可將 Adobe Experience Manager 及 Adobe Creative Cloud 的設計資產匯入至 Adobe Campaign，以及使用 Adobe Dreamweaver CC 和 Creative Cloud SDK 實時編輯電郵內容。Adobe 已宣布擴展融合至 Dropbox，而 Adobe Campaign 與 Dropbox 的融合測試版將於本年度稍後推出。
- **得悉更多細緻洞見並作出行動：**品牌若欠缺數據，便無法根據個人需求及習慣進行營銷。Adobe Campaign 的全新動態報告功能運用 Adobe Analytics 的 Analysis Workspace 能力，讓營銷人員可以整合個人檔案資訊和電郵數據，更有效地分辨不同類別的受眾，例如可以快速理解某項營銷活動對忠誠顧客相對於其他顧客效果的差異。是次改進亦加強自動分配視覺化、易於理解的營銷活動報告等能力，讓營銷人員、數據分析師及客戶關係主管人員得悉營銷活動的洞見。
- **製作多語言推送訊息：**為多個本地化營銷活動製作多語言版本十分費力。Adobe 針對此問題，將多語言功能擴展至推送通知中。發送單一電郵外，營銷人員現可將多個翻譯版本的推送通知從一個檔案中匯入，以自動製作、分類及發送個人化、多語言的推送通知。標準互動追蹤外，互動亦可透過語言追蹤，以進行多層次的分析。
- **規模傳遞符合情境的電郵：**品牌需要發送更多符合情境的個人化電郵，從而帶來巨大的壓力。Adobe 正就此問題增加 Adobe Campaign 傳輸量與輸送能力。市場營銷人員現可以更高速度發送更多電郵，並保持消費者期待的相關性及個人化需求。全新功能可實時適應傳遞設置，例如確保電郵可於合適時間傳送至每一個人。

Adobe Campaign 為 Adobe Experience Cloud 的一部分，支援 Electronics for Imaging、Grand Circle Travel、Hostelworld、倫敦希斯路機場 (London Heathrow Airport)、日產汽車 (Nissan Motor Co. Ltd.)、Redtag.ca、澳洲旅遊局 (Tourism Australia)、Travelocity 及 Virgin Holidays 等品牌的運作。Adobe 協助品牌顯著改善

及個人化眾多網上渠道的客戶體驗，包括電子郵件與流動平台，以及線下渠道如直銷郵件和呼叫中心。Adobe Campaign 與 [Adobe Analytics](#)、[Adobe Target](#) 及 [Adobe Experience Manager](#) 的整合後，更可提供深入的顧客行為及管理與個人化內容洞見數據。Adobe Campaign [協助客戶](#) 應對數據監管責任及私隱規例要求，以符合歐盟《一般資料保護規範》(GDPR) 的規範。Adobe 被領先的行業分析機構認為跨渠道市場營銷活動的領導者 (請參見 [Gartner](#) 及 [Forrester](#) 的報告)。

實用連結：

- Adobe Campaign 產品市場營銷總監 (director of product marketing, Adobe Campaign) Kristin Naragon 撰寫的客戶調查結果 [網誌](#)
- CMO.com 的 [網誌](#) 提供為品牌而設的消費者調查略述
- [按此下載](#) 客戶電郵調查報告

關於 Adobe Hong Kong Facebook

請加入 Adobe Hong Kong Facebook www.facebook.com/AdobeHK 與 Adobe 團隊和粉絲交流意見，並獲得最新的 Adobe 消息。

關於 Adobe

Adobe 致力通過數碼體驗改變世界。查詢詳情，請瀏覽公司網站：www.adobe.com/hk_zh/。

###