



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 Marketing Cloud 全新功能提升 個人化體驗，推動企業數碼發展

香港 — 2018 年 9 月 19 日 — [Adobe 近期的數碼成熟水平報告](#)顯示，大部分數碼發展成熟的企業正提升客戶體驗個人化及最佳化預算，以保持競爭力。頂尖品牌皆瞭解提供最佳體驗的不二法門是持續個人化。然而，很多企業正面對跨渠道傳遞個人化體驗的困難。為協助企業應對上述挑戰，Adobe (Nasdaq: ADBE) 宣布為 [Adobe Experience Cloud](#) 內的 [Adobe Target](#) 和 [Adobe Experience Manager](#) 提供由 [Adobe Sensei](#) 人工智能和數據驅動的個人化創新。

Adobe Experience Manager 及 Adobe Target 總監 (head of Adobe Experience Manager and Adobe Target) Loni Stark 表示：「個人化必須成為一切顧客體驗的核心。否則，品牌要面臨失去顧客忠誠度及業務的風險。Adobe 運用人工智能及機器學習技術超過十年。嶄新的個人化功能進一步實踐我們的願景，協助品牌在個人層面滿足顧客需求，不論透過任何屏幕、裝置或渠道。」

Adobe Target 及 Adobe Experience Manager 配備的全新功能，以及 [Adobe Research](#) 前瞻性的項目協助營銷人員：

- **加強語音交流：**Adobe 近期的[調查](#)顯示，有 64% 的顧客預料將於未來 5 年增加使用語音助手，突顯語音作為品牌參與渠道的重要性。透過運用 Adobe Target，企業可以為 Amazon Alexa 等的語音助手重複及測試語音內容及優惠，以傳遞個人化語音體驗。以機場為例，機場管理人員可以使用 Alexa 透過機場的屏幕為旅客更新航班狀態，亦可根據目的地的天氣預測，在客運大樓向旅客主動提供雨衣。

- **基於最可能行動的最佳化：**Adobe Target 現容許市場營銷人員和數據科學家動態地比較顧客採取行動的機會率，例如購物或離開，並將最大概率的行動加入客戶檔案中。品牌可基於顧客最渴望的行動，將最貼切的體驗帶給他們。例如一個銷售傢俱的零售商，可對顧客購買床的可能性和購買桌子的可能性分別設定分數。零售商可在消費者瀏覽網站時，自動推介分數最高的項目。
- **個人化擴張實景 (AR) 購物體驗：**Adobe 揭示了一個開發中的個人化研究項目，未來可用於加強產品整合。透過運用人工智能，品牌可以隨著顧客的面部表情變化，於擴張實景中靈活改變產品推介。以太陽眼鏡公司為例，當客人戴上圓形鏡片的太陽眼鏡皺眉時，該公司即可推介飛行員款式的太陽眼鏡。
- **效能出色的自動化版面設計：**判斷最適合每位顧客的設計和版面對品牌是一項重大挑戰。透過 Adobe Experience Manager 中的 [Smart Layout](#) 功能，市場營銷人員可依照每位顧客的行為，自動製作出最切合顧客行為的版面。例如，渡假村可以自動為高爾夫球愛好者和喜好溫泉浴服務的顧客提供不一樣的設計。
- **運用人工智能驅動決策改進推介：**向不同類型的的受眾傳遞個人化推介具有一定程度的挑戰性。[Adobe Target](#) 讓市場營銷人員可自動選擇最佳的演算法以傳遞涵蓋更廣泛受眾的個人化推介。以一家居裝修公司為例，該公司可以在同一營銷活動中，既為主要顧客建築商，又為次級顧客自助愛好者 (DIYers) 同時專門製作推介。Adobe 同時推出一個全新推介演算法，它可自動把如地理位置或最喜愛的顏色等顧客特質等最容易做出購買行為所預測的訊息歸結為因素。
- **協作完善顧客體驗：**市場營銷人員迅速意識到與人工智能協作可塑造更快、更靈活的顧客體驗，以提升商業價值。Adobe Target 的 New Personalization Insights Reports 為市場營銷人員分析演算法如何運作。用戶可從中了解哪些顧客特質最為重要，或是哪些優惠最容易喚起共鳴等洞見。這些數據將可用作研發更為精密的測試，進一步完善以人工智能為主導的個人化活動，以確保顧客可得到最佳化的數碼體驗。

Adobe Experience Cloud 讓品牌跨顧客接觸點傳遞吸引、一致及連續的體驗，以推動商業增長。Adobe Target 是 Adobe Marketing Cloud 中的體驗最佳化解決方案，讓數據主導品牌快速測試及塑造超個人化體驗，方案可跨越各數碼接觸點使用，如網頁、手機、電郵、物聯網設備、呼叫中心等。Adobe Target 現支援大型國際品牌如聯想 (Lenovo)、日產汽車 (Nissan Motor Co. Ltd.)、飛利浦 (Philips) 及 Sprint 等。

Adobe Target [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在「[The Forrester Wave™：體驗最佳化平台，2018 年第 2 季](#)」及「[The Forrester Wave™：數碼智能平台，2017 年第 2 季](#)」報告認可為唯一領導者。

實用連結

- Adobe Target 產品營銷小組主管 (Group Manager of Product Marketing, Adobe Target) Drew Burns 的 [網誌](#)
- [Twitter](#)
- [Facebook](#)

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/。

###

© 2018 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners