



傳媒查詢

史園 (Summer Shi)

Adobe

(86) 10 58657703

sshi@adobe.com

Anderson Cheong

Newell Public Relations

(852) 2117 5017

andersonc@newell.com

即時發布

Adobe 推出 Analytics Cloud 全新解決方案「歸因 IQ (Attribution IQ)」助企業多渠道了解消費者行為

香港 — 2018 年 7 月 4 日 — 務求利用市場推廣資訊科技，包括數碼廣告、電子郵件及內容營銷等的香港企業，現可利用 Adobe (Nasdaq: ADBE) 推出的 Analytics Cloud 全新解決方案「歸因 IQ (Attribution IQ)」，透過數據的力量促進市場營銷策略的制定及創意。

「歸因 IQ」讓企業不再局限於透過最初與最終接觸點的消費者行為分析，從而滿足市場營銷人員了解現今消費者行為的需求。

「歸因 IQ」提供一套共十種的綜合模式，以捕捉多種影響消費者的因素，是市面上唯一可深入了解特定營銷活動、產品或內部促銷活動的解決方案，既能夠具體評估如社交媒體或流動裝置的效益，亦能對比個人、產品及創意營銷活動的成效差異。

Adobe Analytics 高級產品經理 (Senior Product Manager for Adobe Analytics) Trevor Paulsen 指出：「企業面臨店鋪人流減少、線上競爭者冒起等挑戰，Adobe『歸因 IQ』可讓企業更聰明地增加網絡營銷預算，推出創新的市場營銷活動，在掌握更全面資訊下決策。『歸因 IQ』能提供市場營銷人員過去無從得知的資訊，例如付費或者自發的社交媒體營銷活動可否吸引特定類別顧客 (如年青女性或 90 後) 再次到訪及購買產品。」

「歸因 IQ」將可透過 Adobe Analytics 的 Analysis Workspace 中使用，令客戶旅程及消費者與品牌互動的所有接觸點均對市場營銷人員來說變得可視。「歸因 IQ」建基於 Adobe Analytics 所廣泛支援的各個渠道，從桌上型電腦網頁、流動裝置、社交媒體，到語音分析及互聯汽車。

Analysis Workspace 一直賦予品牌真實運用其數據的能力及靈活性。相較以往只能比較展示型廣告與社交媒體廣告的效益，用戶現在更可使用多樣組合的歸因模型，了解單一營銷活動甚至特定關鍵字的表現。

「歸因 IQ」更進一步強化 Adobe Analytics Cloud 及 Adobe Advertising Cloud 的整合，有助品牌在營銷規劃及廣告預算上做出更明智的決策。

Analysis Workspace 中的「歸因 IQ」

「歸因 IQ」可為廣告商及市場營銷人員提供靈活的方式，為營銷投資帶來實質價值，遠離無法綜觀客戶旅程的虛榮指標 (vanity metric)。

請參閱 [「歸因 IQ」](#) 網誌及 [Adobe Analytics Cloud](#) 網頁以獲取更多資訊。

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/。

###

© 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.