



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

Adobe 發布收購 Magento 後的首個產品整合：大幅提升 Magento Commerce Cloud 功能，加快體驗主導型商戶發展

Adobe Experience Cloud 與 Magento Commerce Cloud 的整合讓大型企業及中小商戶把握每個購物時機

香港 — 2018 年 10 月 11 日 — Adobe (Nasdaq: ADBE) 發表以體驗驅動營銷的願景及策略，令每個體驗都可成為購物時機。Adobe 將 Magento Commerce Cloud 整合至 Adobe Experience Cloud，讓企業可創造高度參與、個人化的購物體驗。Adobe Experience Cloud 與 Magento Commerce Cloud 整合後的內容管理、個人化及分析解決方案，可為致力提供世界級商業體驗企業提供頂尖的產品組合。Adobe 亦宣布大幅革新 Magento 平台，讓中小企擴展其商業創新及靈活性。

面對日漸提高的客戶期望及競爭，品牌需於整個購物旅程中，包含數碼及線下與客戶互動，與競爭者在顧客體驗質素範疇中較量。Adobe 對體驗主導型企業發展的願景是讓企業統一端對端購物體驗，提高品牌忠誠度及業務增長。

Adobe 商業高級副總裁及前 Magento 行政總裁 (senior vice president of commerce, Adobe and former CEO of Magento) Mark Lavelle 表示：「顧客期望每次與品牌的互動都會配合情境、符合直覺及有意義的，惟企業在不同接觸點提供一致的個人化體驗卻感到困難。我們把這些創新產品帶到市場，讓不同規模、不同行業的企業把握每個顧客購物時機。」

專為大型企業而設的功能

Adobe Experience Cloud 於行業領先的內容管理、個人化及分析解決方案與 Magento Commerce Cloud 的首個整合可協助企業：

- **創造高度參與的購物體驗：**與 Adobe Experience Manager 的整合可協助品牌於購物旅程中的各個接觸點創造和管理強大的購物體驗。
- **個人化體驗：**透過與 Adobe 人工智能及機械學習技術 Adobe Sensei 驅動的 Adobe Target 功能整合，讓企業最佳化及傳遞配合情境的購物體驗，以提高客戶忠誠度及加強企業競爭力。
- **預測客戶需要：**Adobe Analytics 內由 Adobe Sensei 驅動的預測性分析可協助品牌積極監察及分析客戶數據，以找出規律及預測消費者行為，並偵測例如特定運輸要求或存貨短缺等潛在挑戰，從而提升銷售機會的轉化。

諮詢公司國際數據資訊 (IDC) 高級研究分析師 (senior research analyst) Jordan Jewell 表示：「Magento Commerce Cloud 整合至 Adobe Experience Cloud 為 Adobe 及 Magento 的共同客戶帶來革新。Magento 和 Adobe 的功能結合讓企業憑高度個人化、以客戶為中心的商業體驗及更深入的洞見，於整個購物旅程傳遞合時、符合情境、高參與度的購物體驗。隨著電子商貿市場發生急速轉變，無論企業的規模或類型，均應認真考慮如何向顧客傳遞最吸引及流暢的購物體驗。」

專為中小企而設的功能

作為 Magento Commerce Cloud 基石的 Magento 平台，在最新版本加入大量社區的反饋，為商戶及開發者提供全新及先進的體驗。商戶及開發者將可以：

- **快速製作吸引人的網站內容：**現今的網上營銷人員期望於網站體驗發展中，扮演更直接的角色，同時需要使用強大的內容創作工具，以持續地設計、測試及推出嶄新的網站內容。[New PageBuilder](#) 是用於網站內容創作的拖拽式操作編輯工具，讓商戶創作優秀的購物體驗，無需憂慮創意受限制或尋求開發者協助。Adobe Experience Manager 的整合適用於有意採用完全跨渠道內容製作、傳遞及管理生命週期的品牌。
- **創作高度轉化的手機體驗：**當手機商貿持續增長時，商戶卻受困於低轉化率、建立和管理複雜、跨渠道的體驗。全新 Magento Progressive Web Applications (PWA) Studio 讓商戶和開發者創作可靠、快速及吸引人的手機體驗，提高轉化率及增加互動。

- **簡化支付及風險管理**：商戶對顧客運用的各種支付方式及電子錢包往往感到無所適從，導致結帳的阻礙。[Magento Payments](#) 的出現可讓商戶即時向顧客收款。商戶亦受益於由 [Magento Payments](#) 提供，以最低投入維持的正確營運管理模式，並獲得防止欺詐及信用卡退款的保護。
- **接觸新受眾**：Magento 現與 Amazon Sales Channel [整合](#)，讓商戶無縫地與 [Magento](#) 商店同步，擴大接觸面及有效推廣、銷售及跨渠道地滿足需求。[Magento](#) 與 Google Merchant Center 及 Advertising Channels for Google Smart Shopping Campaigns [整合](#)，讓商戶可創造及宣傳品牌活動。
- **提升性能及可用性**：Magento [引入](#) Bulk API 及 Asynchronous API，提升整合的可用性和性能。是次發布是 [Magento Open Source](#) 對多來源庫存、漸進式網絡應用程式 (PWA) 和 GraphQL，以及 ElasticSearch 及 Rabbit Message Queues 等的關鍵功能的重要投資。
- **簡化產品資訊管理及檢閱**：加入 [Akeneo PIM](#) 和 [Yotpo 評分](#) 及檢閱機制至 [Magento Premier Technology Partner](#) 計劃後，商戶可把握高質素產品資訊及社交驗證的價值，以最大化轉化率及最小化退貨率。
- **分析及最佳化購物體驗**：專為企業而設的分析及最佳化功能現已擴展至小型商戶。[Adobe](#) 旗下的 [Launch](#) 與 [Magento](#) 整合有助讓商戶快速分析商業數據並最佳化購物體驗。

關於 Adobe Experience Cloud

[Adobe](#) 為內容創作、市場營銷、廣告、分析及商貿提供行業內端到端解決方案。不同於企業現存固定、分散的顧客檔案，[Adobe Experience Cloud](#) 協助客戶跨越各接觸點和渠道，傳遞一致、連續及引人入勝的體驗，協助推動商業增長。

[Adobe Experience Cloud](#) 每年管理超過 233 兆數據交易及價值超過 1410 億美元的網上銷售交易。行業分析專家在超過 20 份有關顧客體驗的重要報告中將 [Adobe](#) 評為領導者。

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/。

關於 Magento

Adobe 旗下的 Magento 是領先的雲端商貿創新供應商，服務 B2C 及 B2B 行業內的商戶及品牌，近期更獲《2018 Gartner Magic Quadrant for Digital Commerce》評為領導者。除了旗艦產品數碼商貿平台外，Magento 亦具有一個基於雲端的全渠道解決方案產品線，讓商戶可成功連接數碼及實體購物體驗。Magento 被 Internet Retailer Top 1000、B2B 300 及 Top 500 Guides for Europe and Latin America 評為首屈一指的供應商。Magento 由一個龐大的全球解決方案及技術夥伴網絡所支持，是一個高度活躍的全球開發者社區，亦是 Magento Marketplace 上最大型的電子貿易擴充功能下載市場。如需更多資訊，請瀏覽 www.magento.com。

###

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