



傳媒查詢

史園 (Summer Shi)

Adobe

(86) 10 58657703

sshi@adobe.com

Tiffany Tsang / Anderson Cheong

Newell Public Relations

(852) 2117 5026 / 2117 5017

tiffanyt@newell.com / andersonc@newell.com

即時發布

Adobe 重新詮釋內容智能以改造客戶體驗

Adobe Experience Cloud 推出全新 Adobe Sensei 及跨雲端功能銜接內容與數據劃分

香港 — 2018 年 2 月 9 日 — Adobe (納斯達克股票代碼：ADBE) 最近一項關於美國消費者的調查顯示，人們平均每天花 7.8 小時與數碼內容互動 — 而青少年每天更花上 11.1 小時。品牌必須不斷加快生產、執行及推出內容以吸引消費者，但這並非易事。為應付上述挑戰，Adobe 於 [Adobe Experience Cloud](#) 內的 Adobe Marketing Cloud 之中的 [Adobe Experience Manager](#) 為創意人員、市場營銷人員與數據分析師間推出了更緊密的整合與無縫工作流程，令品牌能更高效地覆蓋所有裝置和渠道以觸及消費者。Adobe 的人工智能及機器學習框架 [Adobe Sensei](#) 進一步將個人化內容的傳遞變得自動化，使市場營銷人員能更智能及快速地工作。新方法將創意內容從 Adobe Creative Cloud 即時引進至 Marketing Cloud，讓品牌可更緊密地綜合內容和數據，提供無縫整合的體驗。

Adobe 數碼體驗策略市場營銷高級副總裁 (senior vice president, Digital Experience Strategic Marketing, at Adobe) Aseem Chandra 表示：「要建立品牌忠誠度，內容一直是不可或缺的，而個人化、真實性及出色設計亦至為重要。我們今天宣布的全新內容功能，使品牌能為消費者提供優質的數碼體驗，並特別整合內容及數據。」

Experience Manager 全新的智能內容功能將於下月面世，讓市場營銷人員可：

- **智能尋找圖像**：智能標籤可協助市場營銷人員即時尋找相關圖像。該功能利用演算法，自動添加系統易於學習的元數據關鍵字，以識別公司圖像的屬性，並加入相關的標籤值。隨著品牌的圖像庫存及分類擴大，Adobe Sensei 將繼續學習並更快速識別特定業務圖像的特點。
- **自動個人化內容**：市場營銷人員可利用全新的個人化功能，傳遞符合個人習慣及各個渠道的內容。Smart Layout 將可透過 Adobe Sensei 自動產生最有效的版面及資源。例如餐廳可自動為素食者或麩質不耐症患者提供不同的圖像、餐牌及優惠。全新的 Fluid Experiences 結合了 Experience Manager 功能，利用 Adobe Target 跨營銷渠道傳播內容，並按各種情況個人化及自

動調整訊息，如零售商可傳送個人化的派對邀請及優惠電郵予客戶以宣傳新店開張，同樣的內容亦可用於 Facebook 及零售商的流動應用程式。

- **按螢幕尺寸智能剪裁圖像：**市場營銷人員可利用 [Dynamic Media](#) 智慧功能自動完成批量工作，並更快速傳遞體驗。Smart Imaging 將偵測裝置的類別及可用頻寬，減少達 70% 的檔案大小，確保讀取快速順暢而不失真。無論螢幕大小，Smart Crop 運用 Adobe Sensei 偵測及裁剪出圖像的重心，以捕捉圖像的焦點。市場營銷人員更可善用 Smart Crop 自動從產品圖像定位及產生優質的樣本，以展示顏色及紋理等元素。
- **調整表格以提供更佳體驗：**填寫參加表格可提升或破壞客戶體驗。商戶可透過 Automated Forms Conversion 自動偵測並快速轉換 PDF 檔中的輸入欄目，成為優質的流動體驗，減少客戶不滿及流失。

Marketing Cloud 與 Creative Cloud 於 2018 年的最新整合將統一創作及市場營銷人員的工作流程：

- **更容易由 Creative Cloud 應用程式內取得儲存在 Experience Manager 中的資源：**無論是尋找、改良及檢閱企業資源，創作及市場營銷人員都需要不停切換解決方案。為使協作更順暢，Adobe 將讓創作人員直接透過 Adobe Photoshop CC、Adobe Illustrator CC 及 Adobe InDesign CC 內置的強大搜尋功能於 Experience Manager Assets 中找尋所需的數碼資源，亦可在不離開創意應用程式的情況下，在創作以至完成資源期間，均能享有雲端協作功能。只有 Adobe 才能透過如此自然的內容流程讓品牌將資源無縫地引入領先業界的內容管理解決方案之中。
- **使用 3D 及透過 Creative Cloud 取得 Adobe Stock 資源：**為使市場營銷人員可簡易地製作及重新規劃 3D 模型，令全新及互動性的體驗更快傳遞到市場上，Adobe 正將 Experience Manager 整合到 Adobe Dimension CC 中。市場營銷人員可無縫地使用由 Creative Cloud 製作的 3D 內容，並將其轉化成營銷的資源。例如，汽車生產商可上載汽車的 3D 模型到 Experience Manager，然後作出改動，如更改顏色及將模型轉化成圖像。轉化後的圖像都可在數分鐘內儲存為市場營銷資源，節省高昂的拍攝成本。此外，Experience Manager 與 Adobe Stock 的連繫使市場營銷人員能取用 Stock 的圖像，並於任何渠道發布。

Experience Manager 為 Adobe Experience Cloud 的一部分，現已獲大型企業及中型品牌廣泛採用，包括凱悅酒店 (Hyatt)、萬事達卡 (Mastercard)、日產汽車 (Nissan)、Informatica、飛利浦 (Philips)、宏利 (Manulife)、晨星 (Morningstar)、Progrexion、瑞士銀行 (UBS)、Constellation Energy Group、澳洲航空 (Qantas Airlines) 及 T-Mobile。Adobe 在[內容管理](#)上的領導地位無可比擬 (請參閱 [Gartner](#) 及 [Forrester Research](#) 的領導排名)。Experience Manager 結合 [Creative Cloud](#)，無縫批量管理內容及資產工作流程，

並融合 Adobe Document Cloud 數碼化文件流程，與 [Adobe Analytics](#) 及 [Adobe Target](#) 的整合更提供深入的顧客行為及個人化內容洞見數據。

相關資訊

- Adobe Experience Manager 全新的內容功能 [影片](#)
- Loni Stark 於 Adobe Blog 發布的 [文章](#)，介紹 Adobe Experience Manager 全新的內容功能
- CMO.com 發布關於 Adobe 消費者調查結果的 [文章](#)

關於 Adobe Experience Cloud

Adobe Experience Cloud 是一套全面的雲端服務，旨在為企業提供傳遞卓越的客戶體驗所需的一切。Experience Cloud 由 Adobe Marketing Cloud、Adobe Advertising Cloud 和 Adobe Analytics Cloud 組成，建基於 Adobe Cloud Platform，Experience Cloud 同時與 Adobe Creative Cloud 和 Document Cloud 整合。充分利用了 Adobe Sensei 的機器學習和人工智能，Adobe Experience Cloud 結合了多個世界級的解決方案、一個完善且可延伸的平台、全方位的數據和內容系統、一個強大的合作夥伴生態系統，以傳遞無與倫比的專業客戶體驗。

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.