

傳媒查詢

彭鳳儀 (Frances)

Adobe 大中華區公關經理

(886) 937 212 280

fpeng@adobe.com

Tiffany Tsang / Cindy Lam

Newell Public Relations

(852) 2117 5026 / 2117 5017

tiffanyt@newell.com / sindyl@newell.com

即時發布

Adobe 高峰會 2016：你是體驗型企業嗎？

公司概括對未來的展望，並擴展平台以迎接下一波重要的企業軟件浪潮

香港 — 2016 年 3 月 22 日 — Adobe 在美國舉行的年度數碼營銷高峰會 2016 於今天正式開幕，展出 Adobe Marketing Cloud 旗下的創新產品。Adobe 高峰會為行業領先的盛事，專注於市場營銷和商業轉型的未來發展，並破紀錄吸引了一萬名人士出席。峰會除了展示 Adobe 最具突破性的市場營銷科技成果外，還請來奧斯卡得獎演員兼導演佐治·古尼 (George Clooney)、電視劇《Silicon Valley》影星 Thomas Middledich、演員兼歌手 Donny Osmond 以及足球世界冠軍球員 Abby Wambach 分享他們的個人品牌如何在今天的數碼世界中演變。數以百計的品牌行政人員包括太陽劇團 (Cirque de Soleil)、喜劇中心 (Comedy Central)、美泰兒 (Mattel)、麥當勞 (McDonald's) 以及蘇格蘭皇家銀行 (Royal Bank of Scotland) 亦將會發表演說，分享他們如何面對下一個行業的巨大浪潮 — 體驗型的企業。

體驗型企業

我們已經面臨第三波的企業軟件改革浪潮，它正重新改造產品和服務被創造、傳遞和營銷的方法。首先，針對改革「後勤辦公室」方面，有為改善公司內部程序如貨存管理、薪金發放和會計的軟件解決方案。接著是「前線辦公室」方面，軟件協助公司管理數據從而能更有效與顧客交流。有了這兩個浪潮，採用企業軟件的先驅比其競爭者擁有明顯的優勢。而現今我們身處第三波浪潮的早期階段。

由數碼革命激發的資訊和機會的洪流，提高了顧客的期望至前所未有的程度。現能令品牌在這個全新環境突圍而出的唯一方法，就是成為體驗主導的企業。企業必須在每個關係建立點 — 由網頁及流動應用程式到實體零售店 — 創造個人化和引人入勝的顧客體驗。

Adobe 在峰會上推出了新一代的 Adobe Marketing Cloud 以推動體驗業務。公司把 Adobe Cloud Platform 的功能提升，包括其合作夥伴和開發者計劃的提升。全新的 Adobe Marketing Cloud Device Co-op 預計可連接 12 億個裝置。全新的互聯網 (OTT) 產品讓電視網絡和收費電視供應商輕易直接透過 Apple TV、微軟 Xbox、Roku 和其他連接裝置，為消費者帶來更個人化的電視和廣告體驗。公司還推出了全新數據科學功能，使品牌在合適的時機跨任何裝置在網絡、應用程式中或銷售點中預測和提供合適的體驗。

Adobe 的數碼市場營銷業務執行副總裁兼總經理 (executive vice president and general manager, Digital Marketing Business at Adobe) Brad Rencher 表示：「每家公司都應該著重他們正在給予客戶的體驗的質素。Adobe 專注於讓我們的客戶創建一致及突出的個人化體驗予其客戶。」

Adobe Cloud Platform

Adobe Cloud Platform 的提升包括 **Adobe Exchange** 的[更新](#)，它承載數百個應用程式和整合，例如微軟的客戶關係管理系統 (Microsoft Dynamics CRM)、DemandBase、Acxiom 和 BrightEdge，並讓合作夥伴擴展其 Adobe Marketing Cloud 的功能。是次推出 Adobe 全新的開發者網站 [Adobe.io](#)，讓開發人員可下載 Adobe Marketing Cloud 的軟件開發工具包 (SDK) 以及輕易地存取應用程式介面 (API) 程序和規則。

全新的 **Adobe Certified Metrics** 建基於 Adobe Cloud Platform 之上，並由 Adobe Analytics 支援，提供標準的數碼統計調查數據，以更精確地測量數碼受眾。通過利用 Adobe Certified Metrics、今天所宣布的評估合作夥伴如 [comScore](#) 以及尼爾森公司 (Nielsen)，可跨電視和數碼方式提供一個具備所有觀眾參與度的完整視圖，以增加廣告收益的機會。有了 Adobe 的數據，有線網絡、收費電視服務供應商和數碼發布商現可跨所有螢幕準確地測量受眾和以其內容獲得利潤，當中包括線性電視、數碼硬碟錄影機 (DVR)、影片自選服務、桌上電腦、智能手機、平板電腦、遊戲機及以互聯網連接的裝置。

跨裝置合作社與流動服務

- Adobe 宣布推出 [Adobe Marketing Cloud Device Co-op](#)，一個讓全球最大品牌攜手合作的網絡，讓他們更容易識別從一個數碼裝置轉移到另一個裝置的消費者- 同時並遵守私隱和透明度的最高標準。合作社將讓參與品牌能於各種裝置大量地提供更個人化的顧客體驗。
- Adobe 還[推出](#)了一系列流動市場營銷的創新產品。**Adobe Experience Manager Mobile** 與 Apache Cordova 的更深結合，幫助顧客建立流動應用程式的擴充，創造更豐富的應用程式體驗。**Adobe Experience Manager Mobile** 簡化建立和管理具視覺吸引力企業應用程式的程序，猶如消費者應用程式般容易使用。今天數個技術合作夥伴同時宣布，他們正加強對 **Adobe Experience Manager** 的支持，包括流動服務。
- **Mobile Core Services** 流動核心服務現提供工具讓品牌優化他們與用戶互動的方式。**Adobe Marketing Cloud** 內 Adobe 的[全新](#)深層次連接功能，讓品牌發送內容或優惠予客人時，如客人已安裝應用程式，直接顯示到已安裝的應用程式內的相應的版面，免除多個步驟，提供更好的顧客體驗。

全新的 OTT 供應

- Adobe 宣布有關於 [Adobe Primetime](#) 的新功能，把解決方案擴展至 OTT 平台，讓電視網絡和收費電視供應商更容易直接於 Apple TV、微軟 Xbox、Roku 和其他連接裝置，向消費者提供更加個人化的電視和廣告體驗。透過與 Adobe 的數碼市場營銷解決方案整合，內容供應商可以吸納觀眾，與觀眾互動，並從中獲得利潤。

數據科學與預演

- Adobe 還宣布一系列全新的**數據科學功能** (data science capabilities)，包括智能標記 (Smart Tags)、電視節目推介搜尋器 (TV Recommendation Engine)、廣告自動洞察功能 (Automated Insight for Advertising) 和透過預測電郵主題 (Predictive Subject Lines) 優化電子郵件。這些功能進一步推進使用電腦計算程式。全新電腦計算程式簡化了從數十億個數據點中取得資訊的程序，以幫助市場營銷人員作出更有效的業務決策，並從他們原先不曉得存在的建議和預測中得益。

- Adobe 將於峰會中亦推出多個「**預演 (Sneaks)**」－ 展示滲透於 Adobe 研究所內的突破性理念與技術。其中包括：預覽 Adobe Experience Design CC 與 Adobe Experience Manager Mobile 的配合，使設計師能將流動應用程式的用戶體驗設計 (UX designs) 帶至生產的階段。

請瀏覽 Adobe Conversations [網誌](#) 以了解更多有關 Adobe 高峰會的各项宣布及消息。

關於 Adobe Hong Kong Facebook

請加入 Adobe Hong Kong Facebook <https://www.facebook.com/adobehongkong> 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：<http://www.adobe.com/hk>

###

© 2016 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