

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 推出 Cross-Device Co-op 推動以人為本的市場營銷

香港 — 2016 年 3 月 24 日 — 裝置並不會購買產品，但人們卻會這樣做。然而，多年來以人為本的市場營銷對不少品牌來說也是一個巨大挑戰，因為人們從一個裝置轉移到另外一個，從公司的桌面電腦轉移到火車上的智能手機或家中的平板電腦。針對裝置而非消費者作出市場營銷已成常態。

在 Adobe 峰會上，Adobe 推出了 Adobe Marketing Cloud Device Co-op，這網絡使世上最大的品牌能攜手合作，更有效地識別跨越不同數碼接觸點的消費者，同時確保最高水平的私隱和透明度。這 Co-op 將協助參與的品牌識別他們的消費者，使他們能夠跨裝置和應用程式大規模地提供更個人化的體驗。早期的測試表明 Adobe Co-op 可以連接全球 Co-op 成員達 12 億個裝置。

今天數碼營銷的工作重點放在 IP 地址和互聯網小型文字檔案 (cookies)，未能與每位消費者建立真實和智能的接觸。根據 Adobe 在今天發布的「[Get Personal](#)」報告，近八成消費者 (79%) 和九成的千禧世代表示在參與一個活動時會轉換裝置。三分之二 (66%) 的裝置擁有者當發現內容沒有跨裝置同步時會感到沮喪。通過 Co-op，對人們而非裝置進行市場營銷將能成為現實。目前，只有一些有大量的用戶經常登錄到其系統的品牌如谷歌 (Google) 和 Facebook，能夠追蹤消費者轉移到另一個裝置的足跡。

這 Co-op 將使成員品牌能通過建立一個由不知名的消費者或家庭使用之裝置間的連接，為消費者提供一個更好及更一致的內容體驗。有了這個全新功能，市場營銷人員將能更好地理解和回應消費跨裝置的行為，將能得到更準確的網站參與度指標、更個人化的內容以及在搜索、展示和社群有更具針對性的廣告體驗。

Adobe 的數碼市場營銷執行副總裁兼總經理 (executive vice president and general manager, Digital Marketing at Adobe) Brad Rencher 表示：「這 Adobe Marketing Cloud Device Co-op 將使品牌跨所有不同的裝置與他們的客戶互動。通過利用 Co-op 的網絡力量，成員可從一個真正開放的系統及一個大規模的裝置總匯獲益，能將過去以裝置為本的市場營銷轉變為以人為本的市場營銷。」

451 Research 的調查分析師 Scott Denne (Research, 451 Research Analyst) 指出：「對客戶身份的細緻理解正成為數碼市場營銷和廣告的決定性特點。如沒有第一時間知道裝置間的連繫，市場營銷人員將難以嘗試了解他們的客戶及測量活動的觸及範圍和影響。Adobe Marketing Cloud Device Co-op 將幫助市場營銷人員跨數碼接觸點識別他們的消費者，使他們能跨裝置提供更個人化的體驗。」

運作模式

Co-op 成員將讓 Adobe 可存取已加密的散列登錄 ID 和 HTTP 標頭數據，而這充分隱藏了一個消費者的身份。Adobe 處理這個數據以創建多組由一個未知的人或家庭使用的裝置（「裝置群」）。Adobe 將通過它的數碼市場營銷解決方案顯露這些群體的裝置，讓 Co-op 成員可以跨其所有的裝置直接測量、細分、針對和發送廣告給個別人士。

消費者將受惠於成員品牌跨其數碼接觸點的真正個性化體驗。試想像這樣的情景：「Sam」正處理從 Acme Travel 預訂到三藩市的程序。她在其平板電腦上的應用程式尋找 Acme 的酒店，抵達日期為 5 月 1 日。當天稍後，她通過手提電腦經 Acme 的網站預訂了不可退款的房間。目前，多數品牌將繼續向 Sam 展示酒店房間的廣告，卻沒意識到她已訂了房間，而 Sam 會對此感到厭煩。但隨著 Device Co-op 的加入，Acme 公司可立即停止向 Sam 展示酒店房間的廣告，並開始提供相關的酒店水療護理、客房升級、晚餐折扣和當地的景點如惡魔島的門票優惠。

這些種種有可能在不公開用戶的身份的情況下辨到。Co-op 將不會在其成員間共享任何個人數據，如姓名、電子郵件、電話號碼或網站到訪的數據，集中解決跨裝置技術經常會衍生的主要隱私問題。消費者對其隱私掌控將超出行業標準。Co-op 透過給予參與品牌有關消費者的行為分析及目前 Co-op 所連接的裝置，提供前所未有的透明度。

Future of Privacy Forum 的行政總裁 (CEO, Future of Privacy Forum) Jules Polonetsky 表示：「其中一些主要的跨裝置挑戰的監管機構、關注私隱議題的人士和技術公司已致力為消費者在這日益複雜的環境提供透明和有代表性的選擇。Adobe 在服務發布商和市場營銷人員的同時，亦尊重消費者的私隱，確保消費者在跨裝置的選擇受到尊重並在某種程度上讓一般消費者可輕易理解所顯示的訊息。」

網路廣告促進會的主席兼行政總裁 (president and CEO, Network Advertising Initiative) Leigh Freund 表示：「隨著數碼環境已演變至多裝置的生態，網路廣告促進會 (NAI) 一直在密切研究嶄新的廣告技術、他們提出的私隱和自我監管的挑戰。Adobe 已經找到一種保障私隱的方法來處理這跨裝置的挑戰，並使廣告客戶和消費者受惠。我們對 Adobe 成功將保障消費者私隱的堅定承諾和業務創新意念的結合表示讚賞。」

數碼廣告聯盟 Digital Advertising Alliance (DAA) 的法律顧問 Stuart Ingis 說：「Adobe 處理 Device Co-op 的手法心思細密，並遵從 DAA 的行業準則。同時，Adobe 還提供另一項體貼的做法，為消費者個別識別出與 Adobe 合作的業務，從而能夠一致地停止向其裝置發放其推廣優惠。」

實用連結

- [《Privacy by Design Exemplified — Adobe Announces the Adobe Marketing Cloud Device Co-op》](#) 網誌
- [《Learning From Consumer Trends – Marketing to Customers Across Digital Devices》](#) 網誌
- [Adobe "Get Personal" 調查報告](#)

關於 Adobe Marketing Cloud

Adobe Marketing Cloud 使企業於使用大數據時能更有效地接觸及吸引顧客及潛在客戶，能跨設備及於不同數碼接觸點使用高度個人化的市場推廣內容。八個緊密連繫的配套方案聚焦於數據分析、網頁及應用程式管理、測試及目標定位、廣告策劃、視頻、受眾管理、社交媒體及活動推廣，為市場行銷人員提供一套更完善的市場推廣科技。它與 Adobe Creative Cloud 的連接使用家能更容易快速地橫跨所有的市場渠道並立即啟動創意資產。全球數千個品牌，其中包括了三分之二的財富 50 強企業，均選擇 Adobe Marketing Cloud。

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