



Pressmeddelande
18 januari 2018

Adobe: Ny teknik förser detaljhandeln med mängder data

Nu integreras Adobe Campaign med big data-plattformen Hadoop. Tekniken gör det möjligt för återförsäljare att bättre förstå hur kunder beter sig i fysiska butiker för att sedan kunna skraddarsydatadrivna, digitala kampanjer.

Detaljhandeln har i allt större utsträckning börjat vända blickarna mot big data för att få kunskap om vad kunder efterfrågar, i syfte att förutspå försäljningen i förhållande till olika årstider och kampanjer. Därför väljer Adobe att presentera en big data-integration med Hadoop – ett program med öppen källkod för lagring och analys av stora mängder data. Integrationen med Hadoop gör det möjligt för återförsäljare att få en djup inblick i prismodeller, analysera kundresor och erbjuda skraddarsydd kundupplevelser. Till exempel kan kunderna visualisera en produkt med hjälp av 3D, VR och AR.

– Detaljhandeln står inför enorma utmaningar när konsumenterna blir mer digitala. I dag förväntar sig kunder att butikerna känner dem och för att detta ska bli möjligt krävs stora mängder data. Därför väljer vi nu att integrera Adobe Campaign med big data-plattformen Hadoop, så att våra kunder kan dra nytta av än mer data för att förbereda kundresan, säger Jes Schyum, nordisk kommunikationschef för Adobe.

Integrationen ger butikspersonal och marknadsförare direkt tillgång till data, samtidigt som det blir lättare att organisera och justera kampanjer utan behov av komplex datamigration. Till exempel kan återförsäljare använda transaktions- och lojalitetsinformation som lagrats i Hadoop för att skapa kundanpassade kampanjer på alla typer av enheter.

– Om man vill skapa kundlojalitet måste man kunna erbjuda personliga, sömlösa och flexibla kundupplevelser. En av dagens stora utmaningar är att butikernas olika säljkanaler är väldigt åtskilda och uppdelade i silos. Adobes senaste funktioner och samarbetet med Hadoop är ett stort steg på vägen mot att sammankoppla återförsäljarnas fysiska och digitala närvaro, säger Jes Schyum.

De nya funktionerna blir tillgängliga i Adobe Experience Cloud och stöds av Adobes artificiella intelligens och maskininlärning.

Andra nyheter från Adobe Experience Cloud-plattformen

Nytt forskningsprojekt ska kartlägga detaljhandelns beteende

Kundernas resa på nätet kan analyseras relativt enkelt, men det samma går inte att säga om upplevelsen i de fysiska butikerna. För att möta den här utmaningen har Adobe utvecklat ett projekt där man följer kunderna i butiken och uppdaterar data om dem i realtid. När en kund går in i butiken får säljaren tillgång till data som inkluderar köppreferenser, lojalitetshistorik och datum för det senaste besöket. När kunden har lämnat butiken kan återförsäljaren använda datan till att driva erbjudanden i butikens digitala kanaler, skraddarsytt för den specifika kunden.

Projektet bygger på Adobe Data Platform, vilket innebär att återförsäljarna inte behöver förlita sig enbart på den egna datan utan också kan använda sig av tredjepartsdata från lager, POS och CRM för att få en förståelse för kundbeteendet i butiken.

Låt kunderna få se sina nya plagg från hemmet

Adobe introducerar också Panoramic och VR till Adobe Experience Manager. Det innebär att handlare kan ersätta dyr fotografering med fotorealistiska 3D-komponenter som går att redigeras från alla vinklar, i alla sorters ljusförhållanden och i alla miljöer, genom att integrera Experience Manager med Adobe Dimension CC. De högkvalitativa 3D-elementen gör det möjligt för återförsäljarna att leverera fantastiska visuella upplevelser. Till exempel kan kunderna prova nya kläder via sina smarta telefoner hemifrån.

Enkel teknik banar väg för stora kampanjer

Med dagens många olika typer av digitala enheter kan det vara svårt för återförsäljare att optimera kampanjaktiviteter så att de passar olika skärmstorlekar och bandbredd. Adobe har introducerat Smart Imaging i Adobe Experience Manager som automatiskt registrerar en kunds tillgängliga bandbredd och enhetstyp för att minimera bildfilens storlek med upp till 70 procent. På så sätt går det att automatisera kampanjer som är optimerade utifrån varje enskild användare.

För ytterligare information, vänligen kontakta

Jes Schyum, kommunikationschef Adobe Systems, telefon +45 26 70 46 70, jschyum@adobe.com

Daniel Nord, konsult Spotlight PR, telefon +46 704 584 371, adobe@spotlightpr.se

Om Adobe

Adobe förändrar världen genom digitala upplevelser. För mer information besök www.adobe.com