

Pressmeddelande  
16 augusti 2017

## Adobe lanserar nya funktioner i Adobe Target för en bättre kundupplevelse

**Nu lanserar Adobe nya funktioner i sitt personaliseringsverktyg Adobe Target, som innebär att företag tillåts integrera sina egna algoritmer i Adobes maskinlärningsteknik Adobe Sensei.**

Med den senaste uppdateringen av Adobe Target, personaliseringsverktyget i Adobe Experience Cloud, kan företag infoga sina egna datamodeller och algoritmer i verktyget och på så sätt förbättra kundupplevelsen. De nya funktionerna i Adobe Target använder artificiell intelligens för att vässa rekommendationer till kunden, precisionen i riktat innehåll, kundresan samt för att automatisera leveransen av personaliserade erbjudanden.

– Det pågår en markant förändring av användares förväntningar och beteenden som ställer allt högre krav på företags it-verksamhet. Med möjligheten att integrera egna algoritmer i Adobe Target skapar vi som första företag i branschen en helt unik lösning som låter företag kombinera egen expertis med Adobes innovativa lösningar. Tekniken öppnar för en optimal kundupplevelse, eftersom det blir möjligt att förutse vad kunderna vill ha – och leverera det redan innan de ber om det, säger Imran Afzal, nordisk marknadschef för Adobe Experience Cloud.

### **Nya funktioner möjliggör en ännu mer personaliserad kundupplevelse**

Adobe presenterar även nya Adobe Sensei-funktioner, som bidrar till att ge förse användare med en ännu mer personaliserad upplevelse.

- **Personalisering med ett enkelt klick:** Med den nya Auto-Target-funktionen går det att leverera ett obegränsat antal personaliserade kundupplevelser tvärs över digitala plattformar. Adobe Sensei ser till att upplevelsen för den enskilde användaren optimeras löpande baserat på användarens beteende.
- **Personaliserade rekommendationer:** Med hjälp av tekniker som baseras på naturlig språkbehandling kan företag nu nyttja information om användarnas beteenden för att bättre förutse vilket innehåll och vilka produkter som närmast kan fånga deras intresse. Tidiga resultat visar att denna nya lösning ger 60 procent bättre utslag i förhållande till andra algoritmer.
- **Automatiserade erbjudanden:** Företag kan nu säkerställa att det bästa av potentiellt hundratals erbjudanden automatiskt visas till rätt person vid rätt tidpunkt. Baserat på varje enskild användares browserhistorik, saldo, sökord mm. kan exempelvis ett företag inom finans automatiskt erbjuda skräddarsydda lån, kortavgifter och liknande.
- **Precist riktat innehåll:** Den förbättrade integrationen med Adobe Analytics Cloud, med möjlighet till djupare segmentering baserad på beteendeanalys och målgruppsdata, medför att marknadsförare kan rikta än mer precist innehåll till användare.

Läs mer:

- [Blogginlägg av Aseem Chandra, vice ordförande för Adobe Experience Manager och Adobe Target](#)
- [Blogginlägg för Kevin Lindsay, chef för produktmarknadsföring, Adobe Target](#)
- [Personalisering genom Adobe Target](#)
- [Twitter](#)

**För ytterligare information, vänligen kontakta**

Jes Schyum, kommunikationschef Adobe Systems, telefon +45 26 70 46 70, [jschyum@adobe.com](mailto:jschyum@adobe.com)

Olle Dahlqvist, konsult Spotlight PR, telefon +46 704 58 94 63, [adobe@spotlightpr.se](mailto:adobe@spotlightpr.se)

**Om Adobe**

Adobe förändrar världen genom digitala upplevelser. Läs mer på [www.adobe.com](http://www.adobe.com)