

Pressmeddelande
9 november 2017

Nordiska marknadschefer är Europamästare på AI

Fyra av tio nordiska marknadschefer använder aktivt Artificiell intelligens (AI) för att förbättra kundupplevelsen medan den moderna konsumenten kräver personliga, effektiva och transparenta kundupplevelser. Samtidigt finns det varumärken som fortfarande ser på smarta telefoner som andrahandsmedia. Det visar en ny rapport som Goldsmith-universitetet har gjort på uppdrag av Adobe.

Goldsmith har studerat konsumenter och marknadschefer i fem europeiska regioner för att kartlägga företagens användning av AI. Från rapporten framkommer det att Norden ligger i framkant på området tillsammans med Benelux.

– Rapporten bekräftar bilden av att Norden är en relativt digitaliserad region. Samtliga marknadschefer som medverkat i undersökningen har AI på radarn och vi ser också att en rad stora nordiska företag redan använder sig av till exempel Adobes Sensei-lösning för att förbättra digitala kampanjer, säger Franck Attia, Nordenchef för Adobe Experience Cloud.

Företagen gör fortfarande skillnad på webb och mobilt

Runt 71 procent av marknadscheferna anser att deras webbshop är enkel och tillgänglig men endast 59 procent av dem har sina tjänster tillgängliga på mobila enheter.

– Tio år efter att Iphone lanserats är det förvånande att det fortfarande finns varumärken som skiljer på webben och mobila enheter. I en tid där kundlojalitet inte enbart är kopplat till värderingar utan också till själva köpprocessen, är det riskabelt för varumärken där kunderna tvingas byta plattform för att kunna genomföra ett köp, säger Franck Attia, Nordenansvarig på Adobe.

Konsumenterna vill ha transparens och skräddarsytt innehåll

Sex av tio konsumenter svarar att de är lojala mot varumärken som erbjuder personliga tjänster för dem. Samtidigt visar studien att en ännu större andel av konsumenterna (76 procent) vill se en transparens från varumärken om hur de använder deras kunddata.

Läs hela rapporten [här](#).

Om rapporten:

Undersökningen bygger på studier av 5 000 konsumenter i fem europeiska regioner (1 000 respondenter i varje region): UK, Frankrike, Tyskland, Benelux och Norden. Den bygger också på djupintervjuer med 130 marknadschefer i företag med över 3 000 anställda och utvecklingen av en chatbot för att testa tekniker om ny teknik.

För ytterligare information:

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 värden genom digitala upplevelser. För mer information, besök www.adobe.com.