

Pressmeddelande
6 november 2017

Nya Adobe Analytics anpassar målgrupper i realtid

Genom mer kontextbaserad data i Adobe Analytics kan företag nu få större insikt i hur deras kunder reagerar på riktad marknadsföring i tex. kundappar. Samtidigt blir det möjligt att löpande identifiera och justera målgrupper som svarar bäst på viss typ av innehåll.

I dag börjar kundresan oftast inte vid ingången till mat- eller klädbutiken utan på nätet. Därför lanserar nu Adobe nya verktyg för dataanalyser i Adobe Analytics och Adobes data management plattform (DMP), Adobe Audience Manager, för företag som redan på ett tidigt stadie vill rikta skräddarsytt innehåll till målgrupperna.



Med nya Adobe Analytics kan företag på ett helt nytt sätt se hur deras kunder reagerar på marknadserbjudanden i olika butiker. Exempelvis kan en butikskedja med hjälp av data se till så att fler kunder utnyttjar ett specifikt erbjudande genom att rikta sina annonser till de geografiska områden där det sedan tidigare visat sig finnas flest köpare.

– Allt fler företag försöker nå fram till kunderna med sina budskap. Därför blir rätt timing och innehåll extra viktigt för företagen som vill nå målgruppen, säger Imran Afzal, nordisk marknadschef för Adobe Experience Cloud.

Fokus på (mikro)kundresor

Ett av de nya verktygen i Adobe Analytics är möjligheten att analysera konsumenternas kundresor i olika kanaler. Företag kan analysera data över tid och lägga till nya parametrar till befintlig data, vilket ger dem en bättre förståelse för hur och när kunder använder deras appar.

Identifiera och justera målgrupper löpande

En ytterligare ny funktion gör det möjligt att löpande kunna anpassa målgruppen efter sina erbjudanden. För första gången kan företag via Adobe Analytics automatiskt få specifika målgrupper identifierade till en viss kampanj eller produkt. I kampanjverktyget Adobe Campaign som administrerar kampanjer på olika plattformar kan företag rikta innehåll till den identifierade målgruppen. Genom analyser från Adobe Analytics kan målgruppen därefter specificeras ytterligare.

Se mer om de nya funktionerna i Adobe Analytics i den här [videon](#).

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.