



Pressmeddelande

Ny teknik från Adobe förutspår om din video blir viral

I samband med konferensen Adobe Summit i London i början av maj presenterade Adobe ny teknik som kommer att påverka framtidens marknadsföring och kundresor. Bland nyheterna återfinns ett nytt VR-projekt som möjliggör samarbete i interaktiva 3D-rum och en ny AI-funktion som förutspår hur bra en video väntas prestera på nätet.

En stor utmaning för marknadsförare i dag är kopplad till frågan om engagerande videoinnehåll – hur skapar man en video som tittaren vill se färdigt? Hur stor skillnad gör det att klippa videon på olika sätt?

På Adobe Summit, som nyligen hölls i London, presenterade Adobe ny teknik som bygger på företagets egna artificiella intelligens, Adobe Sensei. Med hjälp av Adobe Sensei och data kan avsändaren av en videokampanj nu få en analys och bedömning av videon på bara några sekunder – *innan* den publicerats. Exempelvis kan tv-reklam, som senare även ska distribueras på sociala medier, matchas mot liknande tv-reklam med hjälp av Adobe Sensei och få en "effektivitetsscore". Rekommendationer på justeringar av videon skickas därefter direkt till producenten i videoredigeringsprogrammet Adobe Premiere Pro CC.

– Video är ett allt hetare annonsformat, men kvaliteten på video på nätet varierar kraftigt. För att optimera effekten av en videokampanj kan företag nu arbeta strategiskt med historisk data för att få insikt i vad som fungerar och inte. Om ett företag ska nå fram till digitala användare måste kvaliteten vara av toppklass, säger Imran Afzal, marknadschef på Adobe i Norden.

Slut med Excel: Nu kan företag "dyka ner" i data med virtual reality

Ett annat nytt projekt från Adobe är *Project New View*, som kopplar samman VR-teknik med artificiell intelligens, maskininlärning och röst-teknik. Syftet är att ge företag möjligheten att använda sina vanligaste digitala verktyg i 3D. Exempelvis kan en lösning som Adobe Analytics upplevas i 3D, där användaren snabbare kan få en överblick över olika datadimensioner som kan leda till värdefulla insikter.

Social interaktivitet är också en central del av projektet och flera personer kan arbeta tillsammans i samma interaktiva rum.

– Det kan låta som något ur en science fiction-film, men möjligheterna med Project New View är många och på sikt kan det revolutionera arbetsgången och samarbetet på arbetsplatsen. Projektet befinner sig fortfarande på ett tidigt stadie, men ambitionen är att företag som arbetar med data så småningom ska kunna få en överblick i 360 grader och snabbt kunna upptäcka värdefulla insikter via VR, säger Imran Afzal.

Fler nya projekt från Adobe:

- **"Experience Analytics"**: Adobe arbetar på att göra det enklare att föra samman data från den fysiska världen – exempelvis från en affär – med data från nätet, så att företag ännu bättre kan förstå användarnas mönster och ge dem bättre och mer skraddarsydd upplevelser.
- **"See and Shop"**: I allt högre utsträckning inspireras vi i dag till att köpa nya produkter via sociala medier. Med den nya "See and Shop"-funktionen kan företag använda metadata-tagging, så att kunderna omedelbart kan köpa produkterna när de ser dem på exempelvis Instagram eller ett företags hemsida.
- **"Launch It"**: Det nya projektet "Launch It" automatiserar tagging på hemsidor. Launch It använder en kombination av AI och språkbehandling för att scanna av hemsidan och automatisera taggningsprocessen,

så att ett godkännande av strukturen är det enda mänskliga inslaget som krävs. Det innebär i sin tur att tiden som läggs på denna typ av arbete kan förkortas från veckor eller dagar till några få minuter.

För ytterligare information:

Adobe, kommunikationschef Jes Schyum, telefon +26 70 46 70, e-mail: 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