



新聞聯絡人

史園 (Summer)

Adobe大中華區公關經理

Tel: +86 13810050591

sshi@adobe.com

張芷涵 (Hana) / 馮意雯 (Agnes)

天擎公關

Tel: (02) 2775-2840 Ext: 365/367

adobe@grandpr.com.tw

新聞稿

Adobe、Microsoft 與 SAP 於 2019 數位行銷高峰會宣佈開放數據計畫新細節

全球產業合作夥伴攜手，透過人工智慧和智慧服務連結數據，強化洞察能力

台灣 — 2019 年 3 月 29 日 — Adobe 總裁暨執行長 Shantanu Narayen 於 Adobe 2019 數位行銷高峰會上，與 Microsoft 執行長 Satya Nadella 攜手宣布更多開放數據計畫 (Open Data Initiative, ODI) 的詳細資訊。該計畫於去年 9 月首次發佈，由 Adobe、Microsoft 和 SAP 共同建立全新應用商業數據的方法，協助企業透過雲端即時回饋洞察，實踐客戶體驗轉型。

於 2018 年 9 月的初步聲明中，三方初步制定了該計畫的方法及為客戶提供的資源，竭力協助客戶在既有的數據孤島中建立連結、更加無縫地獲取資訊，和更深入洞察客戶互動，進而為品牌提供最佳的服務。開放數據計畫致力於透過通用數據模型，將數據儲存在共同的數據湖 (Data Lake) 中，進而提升三方企業的應用程式和平台的交互操作能力。統一的數據儲存方式，讓客戶能自由選擇開發工具和應用程式來建構、部署服務。

為優化流程，三方企業計畫在未來幾個月推出一種全新方法，從 Adobe Experience Platform 發佈、豐富存取原始數據，並透過 Adobe Experience Cloud、Microsoft Dynamics 365 和 Office 365，以及 SAP C/4HANA 啟動後，導入客戶的數據湖。該方法將提升人工智慧和機器學習能力以收集新洞察，提供更優質的客戶服務。

聯合利華 (Unilever) 為三方共同客戶，亦是首批支持開放數據計畫的全球品牌之一。聯合利華在 Adobe 數位行銷高峰會上表示，希望能透過連結數據，簡化過往複雜的業務成效。同時，聯合利華亦展示其將分散的客戶、產品和來源數據進行整合的計畫，並借助人工智慧驅動的洞察，協助該公司降低塑膠包裝的使用，並鼓勵消費者回收再利用。透過消弭數據孤島，聯合利華能夠將庫存與回收塑膠的數據與 Adobe 的數據整合，進而提升客戶的參與度，強化客戶體驗。

為加速開放數據計畫的發展，Adobe、Microsoft 與 SAP 亦宣佈計畫成立一個由十逾位合作夥伴組成的合作夥伴諮詢委員會，其中包含：Accenture、Cognizant、安永、勤業眾信、凱捷管理顧問公司、Hootsuite、Amadeus、Sprinklr、InMobi、Change Healthcare、思科、Genesys、Finastra、尼爾森和 WPP 集團。以上跨行業和客戶群體的企業亦相信開放數據計畫能為其帶來更多機會，為客戶創造更多新價值。

WPP 集團技術長 Stephan Pretorius 表示：「我們的客戶皆正嘗試透過整合客戶行為、客戶關係管理（CRM）、企業資源規劃（ERP）和其他內部數據組合，以更加全面地瞭解每位消費者，然而卻同時面臨著如何將這些數據整合的挑戰。我們非常高興看到 Adobe、Microsoft 和 SAP 在這一領域的佈局，我們相信未來有更多的機會，為開放數據計畫的發展貢獻一份力量。」

關於 Adobe

Adobe 致力透過數位體驗改變世界。欲查詢更多詳情，請瀏覽本公司網站：www.adobe.com/tw

關於 Microsoft

Microsoft 為智慧雲端和智慧邊緣裝置提供數位化轉型。旨在協助地球上每個人和每個組織實現更多願景。有關 Microsoft 的更多資訊、新聞和觀點，請造訪 Microsoft [新聞中心](#)。

關於 SAP

作為基於 SAP HANA 的雲端公司，SAP 是全球領先的企業應用軟體解決方案提供商，致力於幫助各產業、各種規模的企業實現卓越營運。透過我們的機器學習、物聯網和先進的分析技術，SAP 助力客戶成就智慧企業。利用端到端應用套件和服務，SAP 支援全球 425,000 多家客戶實現營運盈利並持續創新。如欲瞭解更多資訊，請造訪：<http://www.sap.com/taiwan/>。