

新聞聯絡人

史園 (Summer)

Adobe大中華區公關經理

Tel: +86 13810050591

[sshi@adobe.com](mailto: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](mailto:adobe@grandpr.com.tw)

消息稿

## 行銷人員不再盲人摸象！ Adobe Analytics 全新「歸因 IQ (Attribution IQ)」助品牌作出最佳決策

台灣 — 2018 年 7 月 4 日 — 隨科技不斷發展，接觸大眾的管道越來越多元，如何正確配置數位廣告、電子郵件及內容行銷等各選項，成為行銷資源分配及創意工作溝通的關鍵。具影響力的行銷策略需仰賴深入的受眾洞察，但行銷人員卻經常在盲目摸索下完成。有鑑於此，Adobe 推出 Analytics Cloud 全新解決方案「歸因 IQ (Attribution IQ)」，透過數據的力量促進市場行銷策略的制定及創意發想，使品牌不再侷限於利用最初與最終接觸點的消費者行為歸納原因。Adobe Analytics 「歸因 IQ」提供一套共十種的綜合模式，是市面上唯一可深入了解特定的行銷活動、產品或內部促銷活動的解決方案。它能夠具體評估如社群或行動媒體等各通路的效益，同時，也能在個人、產品及創意活動之間對比出差異。行銷人員將不再「盲人摸象」，而能「順藤摸瓜」。

Adobe 歸因 IQ 可更智慧地提高網路行銷花費，並推出新的創意行銷活動，使零售業者有合理佐證以支持行銷決策，從而解決來客數下降及數位競爭對手威脅挑戰。歸因 IQ 能提供行銷人員過去無從得知的資訊，例如，零售業者現可看到付費或者自發的社群活動是否實際吸引顧客或特定類別顧客（如千禧女性族群或 Z 世代）回訪並完成購買行為。

歸因 IQ 將可透過 Adobe Analytics 的 Analysis Workspace 中使用，行銷人員可將顧客歷程及其與品牌互動的所有接觸點視覺化。歸因 IQ 建基於 Adobe Analytics 所廣泛支援的各個管道，從桌上型電腦網路、行動裝置、社群媒體，到聲控分析及互聯汽車。一直以來，Analysis Workspace 賦予品牌真正運用其數據的能力及靈活度。現在，用戶更可使用多樣組合的歸因模型，了解單一行銷活動或甚至特定關鍵字的表現，而不僅只能比較展示型廣告與社群廣告的效益。同時，歸因 IQ 還可進一步強化 Adobe Analytics Cloud 及 Adobe Advertising Cloud 之間的整合，有助於品牌在行銷規劃及預算上做出更明智的決策。

對於決策者而言，預算往往是最令人擔憂的問題。品牌往往在試圖展現企業影響力、創造最具效益的行銷活動時，缺乏數據來佐證在社群或行動管道等方面的投資。歸因 IQ 可為廣告商及行銷人員提供靈活的方式，讓品牌遠離無法描繪出客戶歷程全貌的虛榮指標（vanity metric），展現行銷投資效益的提升。

欲了解更多 Adobe Analytics Cloud 的資訊，請點選[此處](#)。

###

## 關於 Adobe Systems Incorporated

Adobe 致力通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](http://www.adobe.com/tw)

## Adobe 台灣臉書粉絲專頁

請加入 [Adobe Taiwan Facebook](#) 與 Adobe 團隊與粉絲互動, 並獲得更多最新消息。

© 2018 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.