



新聞聯絡人

史園 (Summer)
Adobe大中華區公關經理
Tel: +86 13810050591
sshi@adobe.com

高仲廷 (Tim) / 畢碩仁 (Steven)
天擎公關
Tel: (02) 2775-2840 Ext: 362/359
adobe@grandpr.com.tw

消息稿

樂聲入耳：Adobe Analytics 發布數位音頻功能

台灣 — 2019 年 10 月 2 日 — 近日 Adobe 宣布於 Adobe Analytics 推出全新的串流音頻功能，助力各大品牌深入了解顧客在線上線下消費音頻的真實情況。

根據最新的 Adobe 數據顯示，自 2018 年 1 月起，Podcasts 相關的手機應用程式使用率已增長了 60%。在「行動優先」成為新常態的世界中，數位音頻已成為吸引顧客的重要工具。Podcasts 於音頻娛樂應用的爆炸性增長，使各大品牌有能力自行決定如何在此全新的媒體上，與顧客建立真實的聯繫。

對內容創作者、廣告商和行銷商來說，利用音頻作為行銷管道充滿許多未知挑戰，例如消費者高度下載率與流通率，市場訊息變化快速，廣告競爭日益激烈，且消費者在使用 Podcasts 的過程接觸點眾多。而使用者經常在動態情境下收聽 Podcasts，例如：搭飛機的過程、醫院候診和晨間通勤。因此，往往很難對使用者透過線上線下的管道，即時且準確地衡量消費者參與度。

在理解顧客的音頻消費方式時，廠商往往只能依照難以標準化的經驗判斷。相較於音頻串流的快速增長，廠商的分析基礎卻顯得落後。若一個品牌無法真正理解消費者傾聽內容的過程和方式，該品牌將難以提供顧客真正在乎的使用者體驗。

Adobe Analytics 將為各大品牌客戶提供洞察有關 Podcasts、串流媒體音頻和電子書的消費數據。如今，消費者經常在多種數位設備之間無縫遷移，品牌需要能夠追蹤此一複雜的過程。透過 Adobe Analytics，無論數位內容是以下載或即時串流方式播放，品牌客戶都能更深入地了解顧客的音頻消費體驗。以 Podcast 為例，若消費者下載 Podcast 以便在航班上收聽音頻，各大品牌客戶就能即時掌握他何時聽完這段 Podcast、是否跳過哪一則廣告、緩衝等相關錯誤，對聆聽體驗產生的正面與負面影響。

由於數位內容的選擇多到難以細數，因此聽眾特別容易在使用體驗經驗不佳的情況下，改變消費決策。透過 Adobe Sensei，各大品牌將可運用先進的人工智慧和機器學習框架，對音頻資料做出更好的運用，並評估歷史數據呈現的趨勢，以確定傳輸期間的高峰和低谷期。例如，品牌將可更即時地獲得「過度緩衝」等異常通知。此外，在顧客購買轉換率方面，Attribution IQ 可協助品牌捕捉相關內容的影響力。

Adobe Experience Cloud 已是成功的媒體和娛樂品牌（包括 Pandora、Spotify、Time Warner 和 Viacom）值得信賴的合作夥伴。Adobe 將進一步協助各大品牌做出最明智的決策，即時為顧客提供最佳體驗。

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

© 2019 Adobe all rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.