



媒体联系人

Summer Shi

史园

Adobe

(86) 10 58657703

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

Kelly Li

李思静

MSL

(86) 10 85730514

[Kellysj.Li@mslgroup.com](mailto:Kellysj.Li@mslgroup.com)

## 新闻稿

# Adobe Analytics 在中国新增跨设备分析组件，推动“以人为本”的体验管理

中国，北京—2021年1月4日—Adobe 于近日宣布，在 Adobe Experience Cloud 当中的数字分析解决方案 Adobe Analytics 新增强大的跨设备分析组件（Cross-Device Analytics，简称 CDA）。CDA 组件将进一步推动数据分析从“以设备为中心”视角向“以人为本”视角的快速转型，助力中国的企业客户在设备多元、交互激增且旅程复杂的市场现状当中，完成更全面的分析，获取更准确的洞见，进而提升贯穿客户旅程的高效数字体验交付。

以往，数字营销分析工具往往围绕特定渠道和设备构建。在统计最后产生购买行为的触点时，往往将之归因为“单一设备”或“单一访问者”，而忽略了用户旅程中的其他设备及中间互动环节。在这种情形下，企业得出的结论往往更偏向“以设备为中心”，无法分析来自多渠道的用户体验，也难于“以人为中心”去衡量设备与触点在客户旅程中扮演的角色。此外，以设备为中心的数字营销分析在设备逐渐增多的情况下，会导致从分析到洞察再到执行的复杂度不断增加，造成分析系统与执行系统间的断层。作为 Journey IQ 组件的一部分，CDA 能够通过同一用户在不同设备上行为数据的分析，帮助企业获取更为完整的用户旅程及画像，实现全面准确的有效归因，提高企业的数字营销决策质量与用户互动效率。在 CDA 组件的支持之下，企业客户将更能够把用户理解为一个个人，而不是一部部的设备。

## “以人为本”分析角度实现全面精准归因

通过“以人为本”的分析，CDA 组件让企业与用户之间的关系变得更加鲜活。通过对用户在不同设备间与品牌互动历史的回溯与还原，企业能够获得更精确的用户互动信息。例如，一位用户有可能通过手机对产品进行搜索，之后在笔记本电脑点击了企业的广告，又在平板电脑上查看了厂商邮件广告，又回到笔记本电脑上搜索相关产品，最后在手机上完成点击购买。传统基于设备的分析报告只能将该购买行为归因为手机端搜索带来购买；然而 CDA 组件则将过程中的多个触点全面考虑在内，并能够有效地提供更为精准的归因。

## 完整用户画像助力品牌高效获取洞察，持续为用户创造价值

利用个人设备视图，CDA 组件可以将来自不同用户设备的多渠道数据整合到单一的用户旅程中，让企业更好地了解用户如何跨设备跨触点移动，输出更完整的用户画像。在此过程中，企业不仅能够获得精准反映资源投入结果的数据和洞察，更能最大程度减少对用户体验的负面干扰。例如，广告主可以通过情景化的多渠道数据判断应该在何时何地投放哪种广告，极大地提高付费媒体投资效率，持续为用户创造价值。



## 强大易用性与高度本地化

作为“交钥匙”解决方案，CDA 组件十分易于使用。采用该组件后，企业客户可通过自动化方式获取网页和移动端数据，实现对用户旅程设备的追溯与还原。即使企业拥有大量采用多设备的用户，CDA 组件也能帮助客户深入了解每一位客户的交互历史，从而为企业改善各个渠道、各种设备的数字体验提供科学的可执行洞察。以移动端为中心，侧重微信和电商营销，围绕复杂的微信互动设计解决方案是中国特有的数字营销环境。针对这一独特环境，中国企业客户可以借助 CDA 组件在 Adobe Analytics 当中的跨设备功能，通过 Adobe Experience Platform Mobile SDK 与微信小程序打通，将微信小程序纳入 CDA 组件的设备和渠道分析，帮助更多中国客户在熟悉的平台上收获进一步提升客户体验的洞察。

## 关于 Adobe

Adobe 正通过数字体验改变世界。了解更多信息，请访问 <http://www.adobe.com/cn>。关注 Adobe 官方微信号“AdobeChina”，以及中国官方微博 [http://www.weibo.com/adobechina?is\\_all=1](http://www.weibo.com/adobechina?is_all=1)，获取更多新闻、更新、促销等信息，并与 Adobe 中国本地团队进行互动。