



傳媒查詢

史園 (Summer Shi)
Adobe
(86) 10 58657703
sshi@adobe.com

Ann Wai / Rosa Yip
Newell Public Relations
(852) 2117 5017 / 2117 5011
annw@newell.com / rosay@newell.com

即時發布

Adobe 宣布為 Adobe Experience Cloud 引入全新個人化功能，協助零售商為消費黃金檔期作好準備

香港 — 2021 年 6 月 30 日 — Adobe 今天宣布在 [Adobe Experience Cloud](#) 推出嶄新功能，協助包括零售商在內、各行各業的品牌成功落實其第一方資料策略，大規模地提供更加個人化的客戶體驗，並為購物旺季等消費黃金檔期做好充份準備。

隨著電子商務成為企業業務增長的主要渠道，Adobe Experience Cloud 推出使用前沿技術的個人化改進功能：由人工智能驅動的搜索能力以及協作資料共享功能將有助品牌為消費者提供他們所期望的度身訂造、與之關聯的購物體驗。

自疫情爆發以來，網上購物漸成主流。根據 Adobe Analytics 近期的一項[預測](#)，2021 年全球電子商務銷售總額將達至 4.2 萬億美元，顯示數碼經濟正持續增長。這相當於 20% 的增長，預計未來這一趨勢仍將持續。

Adobe 大中華區董事總經理吳振章表示：「因應近期的香港電子消費券計劃以及年末的傳統消費旺季即將帶來的網購熱潮，各商家應當及早做好準備，為網上購物的用戶大規模地提供個人化的客戶購物體驗，以在競爭中脫穎

Adobe 宣布為 Adobe Experience Cloud 引入全新個人化功能，協助零售商為消費黃金檔期作好準備

而出。在第三方 Cookie 即將撤離之際，品牌亦應考慮藉此良機開始建立及豐富其第一方資料庫，以便在失去 Cookie 支援之時，仍能仰賴對客戶的了解締造卓越的客戶體驗。」

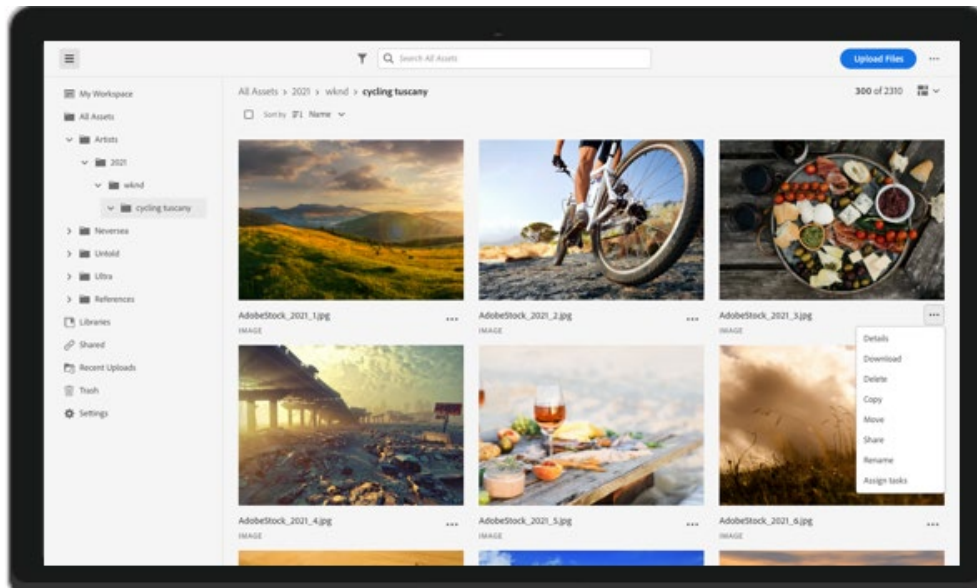
Adobe Experience Cloud 發布的創新功能包括：

- **Adobe Experience Platform Segment Match (Adobe Experience Platform 細分匹配)：**即將整合至 Adobe 即時 CDP (即時客戶資料平台) 的 Adobe Experience Platform Segment Match 正處於測試階段，推出後將可協助品牌與合作夥伴協作並擴展其第一方資料庫，讓品牌使用細分元數據安全地豐富其匹配的第一方配置檔案，提升企業洞察力及所締造的個人化體驗。比如銷售美髮產品及髮飾的零售商可與護膚品牌合作，交換與其客戶興趣匹配的非敏感細分數據，讓護膚品牌可向正在購買某些髮飾的部份客戶推薦產品。但只有當髮飾零售商及護膚品牌同時獲得客戶授權時，才能在 Segment Match 使用這些非敏感的客戶資料。
- **改進的 Adobe Experience Platform Insights：**為了協助零售商通過第一方資料更深入了解客戶並在客戶的接觸點創建更個人化的購物體驗，Adobe Experience Platform 現提供全新的功能，用以簡化數據收集過程並提供更多可操作的洞見。隨著 Profile、Audience、Activation 及 License Usage Insights 直接整合至 Adobe 即時 CDP，企業將可每天收到最關鍵的洞見，了解受眾增長趨勢、哪些渠道為他們帶來最多的互動等客戶增長分析。
- **配備 Adobe Experience Manager Assets Essentials 的 Adobe Journey Optimizer (Adobe 旅程優化器)：**品牌在吸引消費者眼球的競爭越趨激烈，尤其是在假日等繁忙的購物季節。對那些致力爭取消費者關注並希望最大程度地提高轉化率的零售商來說，在消費者購物旅程的每個階段締造最合適的客戶體驗至關重要。現已面市的 Adobe Journey Optimizer 可協助各行各業的企業根據即時客戶資料來設計、編排及智能地傳送個人化訊息及促銷活動。結合客戶行為、交易在內的多項資料類型，人工智能與機器學習，零售商可即時、主動地滿足客戶需求。

在繁忙的消費檔期，品牌還需創建主題營銷活動及全新的網站體驗，這通常需要營銷團隊及創意人士之間在數碼資產方面的緊密協作。[Adobe Experience Manager Assets Essentials](#) 是 Experience Manager Assets 的輕量級 UI，可用作 Journey Optimizer 的默認資產管理體驗。這種原生整合工具對所有數碼業務都有好處，並可為營銷及創意專才提供一種簡化的用戶體驗，以便在一個集中的、以雲端為本的工作空間中跨團隊儲存、發掘和分發數碼資產。這款應用程式還可整合至 Adobe Creative Cloud 應用程式，讓團

Adobe 宣布為 Adobe Experience Cloud 引入全新個人化功能，協助零售商為消費黃金檔期作好準備

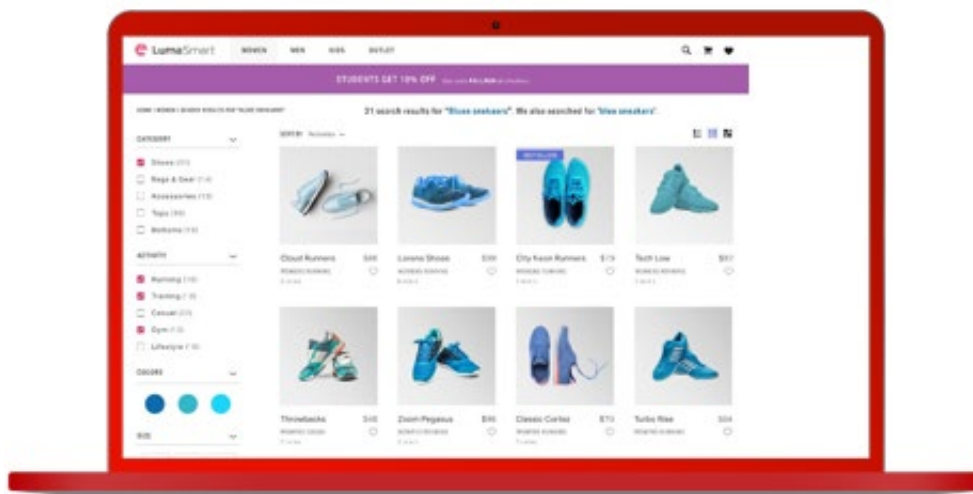
隊在熟悉的環境中作業。最後，由 Adobe Sensei 支援的人工智能工作流程與搜尋還容許對數碼資產進行直觀的搜尋與探索。



圖一： Adobe Experience Manager Assets Essentials 是 Experience Manager Assets 的輕量級 UI，可用作 Journey Optimizer 的默認資產管理體驗。

- **人工智能驅動的 Adobe Commerce Live Search 功能：**在網上購物時，消費者期望能夠快速、輕鬆地找到他們想要的貨品或服務。事實上，使用店面搜尋功能的消費者[進行交易的可能性較其他瀏覽人士高出四倍](#)，因此網站的搜尋功能是商家客戶體驗策略的關鍵要素。隨著由 Adobe Sensei 驅動的 [Live Search](#) 面市，Adobe Commerce 的商家可為他們的消費者提供與之關聯及個人化的搜尋結果。利用人工智能和機器學習框架的 Adobe Sensei，將有助減少繁瑣、手動的商家任務，同時能根據消費者的需求快速、準確地顯示搜尋結果。

Adobe 宣布為 Adobe Experience Cloud 引入全新個人化功能，協助零售商為消費黃金檔期作好準備



圖二：人工智能驅動的 Adobe Commerce Live Search 功能可為消費者提供與之關聯及個人化的搜尋結果。

關於 Adobe

Adobe 致力通過數碼體驗改變世界。查詢詳情，請瀏覽公司網站：http://www.adobe.com/hk_zh/。

###