



#### 傳媒查詢

史園 (Summer Shi)

Adobe

(86) 10 58657703

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

Ann Wai

Newell Public Relations

(852) 2117 5017

[annw@newell.com](mailto:annw@newell.com)

即時發布

## Adobe 即時 CDP 創新功能推動全球品牌個人化體驗

香港 — 2022 年 6 月 29 日 — 隨著各行各業企業採用 Adobe 即時 CDP (客戶資料平台)，Adobe (Nasdaq: ADBE) 發布其多項創新功能，包括：電子商務平台豐富的客戶檔案、由人工智能支援的目標群體定位、全新的私隱和安全工具，以及跨渠道的細分匹配功能，協助品牌從過去依賴的第三方 Cookie 過渡到第一方數據策略。

Adobe Experience Cloud 旗下 Adobe 即時 CDP 現處理超過 24 萬億個受眾細分交付的即時數據，每天處理的數據量平均超過 1 PB，協助全球品牌向數以百萬計的客戶提供即時的個人化體驗。採用 Adobe 即時 CDP 的品牌包括 Change Healthcare、Coles、美國迪克體育用品、安永會計師事務所、通用汽車、漢高、美國職業棒球大聯盟、Panera、ServiceNow、西班牙電話公司、可口可樂、美國家得寶、T. Rowe Price 和 TSB 銀行。

Adobe Experience Cloud 高級副總裁 Anjul Bhambhri 表示：「企業投資於第一方數據不僅能提供個人化體驗，更能在競爭中脫穎而出。隨著數碼經濟時代消費者的期望不斷改變，品牌是時候放棄第三方 Cookie 轉而採用第一方數據策略，與時俱進。」

TSB 銀行分析和設計總監 Mike Gamble 表示：「我們需要全面了解接觸的每一個客戶個體，包括其經歷、需求和客戶旅程，這意味著我們需要在單一平台整合所有數據。Adobe 即時客戶資料平台所提供的豐富洞見有助我們改善個人化策略並進一步豐富客戶體驗。最重要的是，我們可以根據客戶以往的每次互動，持續在線上和線下提供豐富的體驗。」

## Adobe 即時 CDP 創新功能推動全球品牌個人化體驗

家得寶綜合媒體副總裁 Melanie Babcock 表示：「家得寶在締造跨渠道購物體驗方面進行初步投資，獲得的數碼和實體資產將繼續引領我們制定決策。深化與 Adobe 的合作將進一步提升我們的客戶體驗，推動大規模的個人化，改善家得寶線上和店內的客戶體驗。」

Adobe 即時 CDP 協助品牌收集第一方數據，並在客戶的同意下建立豐富且可執行的客戶檔案、受眾細分，以及向客戶構建個人化體驗。創新功能包括：

- **Adobe Commerce (Magento) 豐富的客戶檔案：**採用 Adobe Commerce 的零售品牌可將第一方電子商務數據連接至即時 CDP 及其他 Adobe Experience Cloud 應用程式，從客戶的購物和瀏覽行為中獲得洞見，並建立豐富的客戶檔案，締造更個人化的購物之旅。該功能現已推出測試版。
- **以人工智能支援更高級的目標群體定位和建立更高效的銷售線索：**Adobe 即時 CDP B2B 版和 Adobe 即時 CDP B2P 版現已推出預測線索和客戶評分功能。憑藉 Adobe Sensei 支援的人工智能技術，品牌能夠更高效地識別出更具潛在商機的人群與賬戶。
- **內置私隱和安全工具：**藉助 Healthcare Shield，Adobe 即時 CDP 現已符合美國的 HIPAA 標準。該功能現已正式推出。藉助這項 Adobe Experience Platform 的全新功能，需要滿足 HIPAA 法規的醫療健康行業品牌可以安全地為使用者提供基於特定敏感資訊的個人化體驗。這些能力包括加密控制、自動遵守消費者同意或偏好相關政策的工具，以及屬性級別的登入控制。對於那些處於高度監管行業的組織，以及希望嚴格管控數據集使用的組織來說，這些功能至關重要。
- **即時 CDP 的細分匹配功能：**細分匹配功能現已正式推出。全新功能讓品牌在不同渠道管理和啟動受眾數據，並使用 Adobe 的數據管治和客戶同意工具來管理受眾數據的收集和正確使用。

### 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/](http://www.adobe.com/hk_zh/)。

###