



## 어도비, 업계를 선도하는 실시간 고객 데이터 플랫폼(CDP)의 강력한 신규 기능 발표

- 어도비 실시간 CDP, 실시간 고객 프로필 기반으로 연간 6 천억 건 이상의 예측 인사이트 제공
- 새로운 제품 혁신 통해 헬스케어, 하이테크 등 산업별 과제 해결 및 정교한 개인화로 경험 주도 성장 지원
- 어도비, 실시간 CDP 사용 브랜드 전반에 걸쳐 매일 30 조 건 이상의 고객 세그먼트 평가 처리... 고객 유지 및 전환율 제고 위해 맞춤형 콘텐츠와 메시지 테스트 진행

2023년 5월 8일, 서울 - 어도비가 실시간 고객 프로필을 기반으로 현재 연간 6 천억 건 이상의 예측 인사이트를 제공하는 [어도비 실시간 고객 데이터 플랫폼\(Adobe Real-Time Customer Data Platform, CDP\)](#)의 혁신 기능을 발표했다. 경험 주도 성장을 촉진하기 위해 설계된 어도비 실시간 CDP의 새로운 혁신은 잠재 고객의 효과적인 발굴 및 전환, B2B 고객 기반 마케팅 강화, 온라인 구매 패턴에 기반한 더욱 강력한 개인화 기능을 지원한다.

[어도비 익스피리언스 플랫폼\(Adobe Experience Platform\)](#) 기반의 어도비 실시간 CDP는 브랜드가 고객 여정의 중요한 지점에서 고객의 직접적인 참여를 유도할 수 있는 인사이트를 제공한다. 또, 일대일 개인화를 대규모로 제공할 수 있도록 고객 경험에 대한 통합된 뷰와 중요한 통찰을 준다. 어도비 실시간 CDP의 근간이 되는 어도비 익스피리언스 플랫폼은 450 개 이상의 파트너 통합을 갖춘 강력한 생태계와 어도비 실시간 CDP의 커넥터를 통해 놀라운 속도와 규모로 수많은 데이터를 수집, 강화 및 배포하는 것도 가능하다.

안줄 밤브리(Anjul Bhambhri) 어도비 익스피리언스 클라우드 플랫폼 엔지니어링 부문 수석 부사장은 “어도비 실시간 CDP부터 어도비 저니 옵티마이저(Adobe Journey Optimizer), 어도비 커스터머 저니 애널리틱스(Adobe Customer Journey Analytics)에 이르는 [어도비 익스피리언스 클라우드\(Adobe Experience Cloud\)](#) 애플리케이션은 브랜드가 대규모 개인화를 기반으로 디지털 전환의 새로운 단계로 나아갈 수 있도록 지원한다”며 “구매 상품과 서비스를 재평가하는 것이 일상인 치열한 경쟁 환경에서 사람들에게 현재의 니즈를 정확히 파악하고 있음을 보여줄 수 있는 역량은 브랜드의 장기적인 핵심 성장 동력이 된다”고 말했다.

어도비 실시간 CDP는 온오프라인 채널에서 발생하는 상호작용에 따라 실시간으로 업데이트된 고객 프로필을 생성하며, 매일 30 조 건 이상의 고객 세그먼트 평가를 처리해 채널 전반에서 개인화된 캠페인을 활성화하고 브랜드의 성장을 촉진한다.

## 어도비 실시간 CDP 의 새로운 혁신

대규모 개인화를 가속화하고 경험 주도 성장을 촉진하며 부가 가치 창출을 지원하는 어도비 실시간 CDP 의 새로운 혁신은 다음과 같다.

- **고객 세그먼트 및 여정 생성:** 어도비 실시간 CDP 는 어도비 익스피리언스 클라우드의 [어도비 센세이 GenAI\(Adobe Sensei GenAI\)](#) 서비스를 활용해 다양한 고객 세그먼트를 자동 생성하며, 수백만 명의 고객에게 정교한 개인화 캠페인을 제공할 수 있다. 또 [어도비 저니 옵티마이저](#)를 사용하면, 온오프라인 채널에서 발생하는 고객 경험을 시뮬레이션해 고객 접점에 대한 실시간 인사이트를 확보할 수 있다.
- **생성형 플레이북(Generative Playbooks):** 어도비 실시간 CDP 의 생성형 플레이북은 마케터가 브레인스토밍과 고객 여정 구상 시 필요한 사용 사례 템플릿을 제공한다. 어도비 센세이 GenAI 기반의 생성형 플레이북은 다양한 산업군에서 어도비가 축적해온 전문성과 자체 데이터 및 경험을 토대로 한다. 이로써 마케터는 대화형 AI 를 사용해 고객 여정을 시뮬레이션하고, 더 나은 사용 사례를 구상하며, 마케팅 목표에 따른 의미 있는 결과를 얻게 된다.
- **새로운 파트너 통합 기능:** 어도비는 다가오는 쿠키리스 시대에 마케터가 직면할 잠재 고객 발굴 문제를 해결하기 위해 어도비 실시간 CDP 의 새로운 파트너 통합 기능을 발표했다. 이번 혁신을 통해 브랜드는 머클(Merkle), 엡실론(Epsilon) 등의 파트너와 함께 퍼스트파티(first-party) 데이터를 풍부하게 강화할 수 있으며, 아마존 광고(Amazon Ads) 및 틱톡(TikTok)과의 통합으로 확대된 채널에서 고객 접점을 마련하게 됐다. 또한 라이브램프(LiveRamp)와의 새로운 통합으로 커넥티드 TV 및 오디오에서 캠페인을 활성화하는 것도 가능하다. 모든 개인화 경험의 60%가 서드파티(third-party) 쿠키에 의존하는 상황에서, 이 같은 네이티브 통합은 브랜드의 새로운 고객 발굴을 지원할 것으로 기대된다.
- **B2B 고객 기반 마케팅 강화:** 긴 판매 주기와 복잡한 구매 여정 등의 문제를 안고 있는 B2B 브랜드는 개인을 타기팅하는 대신 전체 팀을 이해하고 참여시켜야 한다. 어도비 실시간 CDP 의 새로운 기능을 통해 B2B 브랜드는 기존 고객 내 잠재 고객을 찾을 수 있다. 어도비 [마케토 인게이지\(Marketo Engage\)](#)와 링크드인 등 서드파티 플랫폼에 걸쳐 도출한 인사이트를 기반으로 기존 기업 고객 내 다른 팀을 통한 판매 확대 기회를 모색할 수 있다.
- **전자상거래를 통한 개인화 실현:** 브랜드는 어도비 실시간 CDP 와 [어도비 커머스\(Adobe Commerce\)](#)의 통합 기능을 통해 폭발적으로 증가하는 전자상거래 활동을 극대화할 수 있다. 가령 유통 및 소비재 브랜드는 소비자의 웹사이트 구매 패턴을 분석해 다양한 채널에서 맞춤형 콘텐츠를 제공할 수 있으며, 어도비 실시간 CDP 를 통해 고객 성향을 파악해, 온라인 쇼핑 경험을 개선하거나 개인화된 프로모션을 제안하는 것도 가능하다.

- **고객 데이터 관리 강화:** 어도비 실시간 CDP 의 모든 신규 기능은 개인정보 보호를 중시하며 데이터 수집부터 활성화까지 모든 단계에서 적절한 거버넌스를 준수한다. 어도비 실시간 CDP 에서 본격적으로 제공되는 '프라이버시 및 시큐리티 실드(Privacy and Security Shield)'는 규제 산업의 브랜드도 고객 데이터 라이프사이클을 관리하고, 최상의 데이터 보안 및 규정 준수를 유지하며 개인화된 경험을 제공하도록 돕는다. 특히 '헬스케어 실드(Healthcare Shield)'는 헬스케어 브랜드가 실시간 인사이트를 확보하고 새로운 방식으로 환자의 경험 개선하도록 미국의료정보보호법(HIPPA)에 적합한 사용 사례를 지원한다.

어도비 실시간 CDP 는 치폴레(Chipotle), 다우 케미칼(The Dow Chemical Company), 노보 노디스크(Novo Nordisk), 펫코(Petco), 퀄컴(Qualcomm), 써모 피셔 사이언티픽(Thermo Fisher Scientific), 트루리스트 파이낸셜(Truist Financial) 및 US뱅크(U.S. Bank) 등 다양한 산업 분야의 선도 브랜드가 채택한 고객 경험 엔진으로 자리 잡았다. 메타(Meta)는 개인정보 보호를 준수하는 방식으로 퍼스트파티 데이터를 사용하고자, 페이스북 광고의 타기팅 및 분석 개선을 위해 어도비 실시간 CDP 를 도입했다. 이 밖에 콜스(Coles), 딕스 스포팅 굿즈 (Dick's Sporting Goods), FC 바이에른(FC Bayern), 메이저 리그 베이스볼(Major League Baseball), 파네라 브레드(Panera Bread), 레알 마드리드(Real Madrid), 서비스나우(ServiceNow), 시그넷 주얼러스(Signet Jewelers), 선코프(Suncorp), 티 로우 프라이스(T. Rowe Price), TSB 은행(TSB Bank) 등도 어도비 실시간 CDP 를 활용하고 있다.

## 어도비에 대해

어도비는 디지털 경험을 통해 세상을 바꾼다. 자세한 정보는 [어도비 홈페이지](#)에서 찾을 수 있다. 어도비코리아에 대한 정보 및 뉴스는 어도비코리아의 [공식 페이스북](#)과 [뉴스룸](#)에서 확인 가능하다.

###