

## 媒體聯絡人

彭鳳儀 (Frances)

Adobe大中華區公關經理

Tel: 0937-212-280

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

洪政煒 (Jonathan) / 官維寧(Winnie)

天擎公關

Tel: (02) 2775-2840 Ext: 250 / 337

[adobe@grandpr.com.tw](mailto:adobe@grandpr.com.tw)

## 即時發布

# Adobe Marketing Cloud 統合數據化行銷與廣告科技

**Adobe Marketing Cloud 的新演算法引擎與 Audience Core Services 為程式化購買與內容供應模式帶來變革**

台北 — 2015 年 3 月 16 日—在美國登場的Adobe年度數位行銷高峰會上，Adobe (Nasdaq:ADBE)宣布推出一款全新演算法引擎和優化的 Adobe Marketing Cloud Audience Core Services，藉以推動數據化行銷與廣告科技的大融合。對於現今廣告業者而言，由程式化執行廣告購買作業至今仍舊困難重重，現有的方案太過專注在曝光廣告競標上，各家資料商提供的購買方法與收費方案也都不同。藉由原生整合程式化購買功能，Adobe 能夠將電子交易市集的資訊直接帶到行銷人員手上，協助他們在不同通路提供一致的消費者體驗及提高投資報酬率。全新的 Audience Core Services 讓品牌業者能接觸到大量的閱聽眾，並能從眾多來源中蒐集行為資料，包括客戶關係管理系統、網站以及 app，另外還能利用眾多新演算法，透過 Adobe Media Optimizer 接觸到付費媒體的閱聽眾。

Adobe 數位市場行銷副總裁 John Mellor表示：「我們認為業界至今為止在程式化購買方面的努力缺乏整合，而且只專注在曝光廣告的競標上。透過一站式服務，獲得所有目標客戶與資料，而且在技術價位與媒體成本方面都完全公開透明，這對邁向真正自動化購買來說的確跨出一大步。此外，能夠與其他 Adobe Marketing Cloud 解決方案分享廣告閱聽眾的分眾化資訊，不僅讓資料能運用在不同通路，也確保這些客戶不論在何處都會收到來自行銷人員相同的訊息。」

## Audience Core Services 與 Audience Marketplace

[Audience Core Services](#) 讓行銷人員可將從包括網站、app、以及和物聯網裝置的互動情況所收集的客戶關係管理和行為數據結合，根據特定屬性篩選出符合特點條件的客群。品牌業者可利用其功能提供更加個人化的電子郵件活動、網站與 app 內容，以及社群媒體互動等行銷內容。另外透過整合

Salesforce、Oracle、以及 SAP 匯入舊有客戶關係管理數據，讓 Audience Core Services 提供業界細分程度最高的分眾化功能。

全新的 [Audience Marketplace](#) 讓廣告人員與出版商能評估及購買匿名的第三方數據，藉此擴大廣告閱聽眾的客層，並能將客戶數據轉給 Audience Manager。舉例來說，飯店與旅行社現在可分享彼此的廣告閱聽眾資料，使其廣告或其他內容能更有效地鎖定特定分眾區塊的旅客。另外，Adobe Marketing Cloud 的客戶可購買、出售、以及分享他們的匿名第一方數據，讓品牌業者能擴大廣告的閱聽眾客層，找到分享資料的合作夥伴，以及改進跨通路的顧客互動模式。

### 演算法引擎

廣告業者和代理公司只需按一個鍵，即可運用 Adobe Media Optimizer 中的全新自助用戶界面，以利用 Adobe Marketing Cloud Audience Core Services 裡的行銷對象分眾化功能，進行大規模的購買陳列、搜尋結果、以及社群等類型的廣告。程式化操作，其運作動力來自 [新演算法引擎](#)，不僅排除掉系統許多效率不彰的缺點，也讓品牌業者與代理公司能直接即時掌握各主要廣告交易市場的即時競價程序，每秒能處理超過 100 萬次的查詢。其他的 Adobe Marketing Cloud 解決方案也可以分享這些廣告閱聽眾的資源，這種雙向分享的能力，讓行銷人員能為現有與潛在顧客提供更趨於一致與特製化的客群體驗。

### 客戶證言

VivaKi 執行長 Stephan Beringer 表示：「依據統一的目標閱聽眾分層與績效演算法，廣告購買，以及充滿變數的創意和與網站端的優化，這些工作串連支援陽獅集團 Always-On 的解決方案，在市場上是獨一無二的。Adobe Marketing Cloud 讓我們完全統整從 Adobe Analytics 的第一、二，三方資料、Adobe Audience Manager，和其他代理公司的數據來源保持一致，讓我們所有客戶盡可能接觸到最多的廣告閱聽眾」

Sears Canada 的在線用戶體驗和策略執行主任 Nurullo Makhmudov 表示：「Adobe Media Optimizer 不僅讓我們以更好的方式定義目標觀眾，也提供更具關連性的標定訊息，從而創造更高的績效。我們觀察到成效有所提升，因為我們運用 Adobe Analytics 的參與指標優化活動，因而得到更進一步的成果。我們從曝光、搜尋以及社群等多個管道獲得的分析情資，均對優化表現與預算方面的工作提供極大助益。」

## 關於 Adobe Marketing Cloud

Adobe Marketing Cloud 使企業於應用大數據時能更有效地接觸及吸引客戶及潛在消費者，提供高度個人化的行銷訊息橫跨不同的設備及數位接觸點。六個緊密連繫的解決方案聚焦於數據分析、網頁及應用程式管理、測試及目標定位、廣告、社交媒體及活動推廣，為市場行銷人員提供一套更完善的行銷技術。它與 Adobe Creative Cloud 的緊密配合讓使用者能更容易迅速在所有行銷通路上啟動創意資產。目前 Fortune 50 大企業之中有超過三分之二正在使用 Adobe Marketing Cloud，每年處理超過 30.5 兆次的運算與分析。

### 實用連結

- [Adobe Blog Post: The Mandate for a Better Marketplace](#)
- [Adobe Blog Post: Adobe Marketing Cloud Drives Future of Programmatic Ad Buying](#)

## 關於 Adobe Systems Incorporated

Adobe 致力通過數位體驗改變世界。查詢更多詳情，請瀏覽公司網站：[www.adobe.com/tw/](http://www.adobe.com/tw/)

### Adobe 台灣臉書粉絲專頁

更多資訊請造訪：[www.facebook.com/AdobeTW](http://www.facebook.com/AdobeTW)

###