

傳媒查詢

Frances Peng
Adobe Systems Incorporated
(852) 2916 2100 Ext. 47604
fpeng@adobe.com

Tiffany Tsang / Julia Wong
Newell Public Relations
(852) 2117 5026 / 2117 5011
tiffanyt@newell.com / juliaw@newell.com

即時發布

Adobe Marketing Cloud 結合數據主導的市場營銷和廣告技術

Adobe Marketing Cloud 的全新演算法引擎與 Audience Core Services 為系統性廣告購買和內容交付帶來變革

香港 — 2015 年 3 月 16 日 — Adobe 今天於美國年度數碼市場營銷會議 — Adobe 高峰會，宣布推出一款全新演算法引擎和優化的 Adobe Marketing Cloud Audience Core Service，匯集了世界數據主導的市場營銷和廣告技術。系統性廣告購買現今過於強調陳列式廣告招標和提供各種購買和計費方式的多個數據供應商上，這是廣告商普遍遇到的難題。通過整合原生系統性購買，Adobe 為營銷人員拉近與市場的距離，橫跨渠道提供一致的用戶體驗及提高投資回報率。全新的 Audience Core Services 使品牌與大量受眾及從廣泛來源（包括 CRM 系統、網站和應用程式）所收集的行為數據連接起來，新一組的演算法讓品牌通過 Adobe Media Optimizer 接觸到這些付費媒體的受眾。

Adobe 數碼市場營銷副總裁 (Vice President, Digital Marketing at Adobe) John Mellor 指出：「我們相信現時投放於系統性方面的努力並不足夠，只專注於陳列式廣告招標只會吃力不討好。為你的定位、數據、技術定價與媒體成本的透明度提供一站式服務，乃步向真正系統性的一大步。在其他 Adobe Marketing Cloud 解決方案分享不同受眾的能力，通過各渠道為數據帶來了生命力，確保受眾無論在何地與營銷人員聯繫都接收到同樣的訊息。」

Audience Core Services, Audience Marketplace

[Audience Core Services](#) 令市場營銷人員可將從網頁、應用程式和物聯網裝置的參與情況所收集的客戶關係管理和行為數據結合，基於針對個別行為的特質，開採出一套獨一無二的客戶檔案。品牌可使用有關功能，以傳遞更個人化的電郵活動、網頁及應用程式內容、社交媒體互動情況等。配合從 Salesforce、Oracle 及 SAP 匯入的舊有客戶關係管理數據，Audience Core Services 提供了業界內最精細的受眾分層。

全新的 [Audience Marketplace](#) 使廣告商和出版商能夠評估及購買匿名的第三方數據以拓展其受眾分層，並將其帶至 Audience Manager。比方說，現在一家酒店和一間旅行社可以透過一個廣告或其他內容來共享受眾數據，因而能更有效地針對某個特定群組的旅客。此外，Adobe Marketing Cloud 的顧客可以購買、出售或分享他們的匿名第一方數據，讓品牌可以測量有價值的受眾，識別可共享數據的合作夥伴，並改善跨渠道的顧客參與度。

演算法引擎

廣告商和代理公司只需按一個鍵，即可採用 Adobe Media Optimizer 中的全新自助用戶界面，以利用 Adobe Marketing Cloud Audience Core Services 內的受眾分層進行大規模購買陳列、搜尋和社交廣告。這個採用了 [全新演算法引擎](#) 的程式化方式從系統中消除了低效率元素，讓品牌和代理公司透過主要廣告交易平台，管理每秒超過一百萬個查詢的實時拍賣過程。而廣告觀眾亦可在其他 Adobe Marketing Cloud 解決方案共享。這種雙向共享讓市場營銷人員可以為潛在和現有客戶傳遞更一致和更有針對性的體驗。

顧客評價

VivaKi 行政總裁 (Chief Executive Officer at VivaKi) Stephan Beringer 表示：「基於統一的目標受眾分層和表現演算法，廣告購買、充滿變數的創意和網站自身優化的連結支援陽獅集團 Always On 的解決方案，在市場上絕對獨一無二。Adobe Marketing Cloud 讓來自 Adobe Analytics 的第一、二、三方的來源、Adobe Audience Manager 和其他代理公司的數據來源保持一致，令我們的客戶能夠接觸最多的受眾。」

Sears Canada 在線用戶體驗和策略執行主任 (Director, Online User Experience and Strategic Initiatives at Sears Canada) Nurullo Makhmudov 指出：「Adobe Media Optimizer 讓我們更佳地辨識受眾和傳遞更相關的目標訊息，營造更出色的表現。我們使用 Adobe Analytics 的參與指標優化活動，因而得到更進一步的成果。我們經由展示、搜尋及社交等多個途徑所取得的遠見，均對優化表現和預算尤其重要。」

關於 Adobe Marketing Cloud

Adobe Marketing Cloud 使企業於使用大數據時能更有效地接觸及吸引顧客及潛在客戶，能跨設備及於不同數碼接觸點使用高度個人化的市場推廣內容。八個緊密連繫的配套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、廣告策劃、視頻、受眾管理、社交媒體及活動推廣，為市場行銷人員提供一套更完善的市場推廣科技。它與 Adobe Creative Cloud 的連接使用家能更容易快速地橫跨所有的市場渠道並立即啟動創意資產。全球數千個品牌，其中包括了三分之二的財富 50 強企業，均藉著 Adobe Marketing Cloud 的協助而獲得每年超過 30 萬 4 千億的交易額。

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 Hong Kong Facebook

請加入 Adobe Hong Kong Facebook <https://www.facebook.com/adobehongkong> 與 Adobe 團隊和粉絲交流意見，並獲得最新的 Adobe 消息。

關於 Adobe Systems Incorporated

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

###