

媒体联系人

彭凤仪

Adobe公司大中华区公关经理

(010)5865 7700 - 47604

fpeng@adobe.com

王敏

明思力公关公司

86 10 8573 0589

miyam.wang@mslgroup.com

Adobe Marketing Cloud 将统一数据驱动营销与广告技术

Adobe Marketing Cloud 全新算法引擎与受众核心型服务，变革程序化广告购买与内容交付方式

2015年3月16日 - 北京 - 日前，在Adobe的年度数字营销会议——Adobe 峰会上，Adobe (Nasdaq: ADBE)发布了一款新算法引擎及其在 Adobe Marketing Cloud 受众核心型服务 (Audience Core Services) 方面取得的进展，这些技术可将数据驱动营销与广告技术融为一体。当今的广告主们仍将过多精力投放于展示广告竞标的形式，以及由各种供应商提供多样化的广告购买途径及付费方式，因而程序化广告购买对他们来说仍将是一个挑战。通过原生集成程序化购买，Adobe 将市场带到营销人员面前，并使不同渠道拥有始终如一的消费体验，从而获得不断增长的投资回报率 (ROI)。新的 Audience Core Services 使品牌接触到各种渠道的大量受众及行为数据，包括CRM系统、网站以及应用，同时利用新算法利器，通过 Adobe Media Optimizer 覆盖付费媒体的受众。

Adobe 数字营销副总裁 John Mellor 表示：“我们认为之前在程序化方面的努力持续性较差，且只着眼于现场广告竞标。而一个可以囊括所有目标群体、数据以及实现技术定价和媒体成本透明化的一站式平台，则已经是朝向真正的程序化迈出了一大步。它还可与其他Adobe Marketing Cloud 解决方案共享细分受众群体，这使得数据在不同渠道均可活跃起来，并确保无论营销人员通过哪一渠道与目标群体沟通，受众接收到的信息都是一致的。”

受众核心型服务 (Audience Core Services) , 受众市场 (Audience Marketplace)

凭借[受众核心型服务](#) (Audience Core Services)，营销人员可以通过网站、手机应用及 IoT 设备将客户关系管理体系 (CRM) 与行为数据相结合，基于特定属性挖掘出一系列独一无二的客户行为特性档案。利用这一功能，企业可以使得电子邮件推广方式、网络与手机应用的内容及社交媒体互动等更加个性化和定制化。同时，通过整合 Salesforce、Oracle 及 SAP提供的客户关系管理 (CRM) 数据，受众核心型服务 (Audience Core Services) 能提供业界最精细的受众群体细分。

通过一个新的[Audience Marketplace](#)，广告主与出版商可以评估、购买匿名的第三方数据，以扩大受众群体并将其导入 Audience Manager。例如，现在酒店和旅行社之间已经可以共享受众数据以更加精准定位游客人群，并对其投放广告或其他内容。除此之外，客户还可以通过Adobe Marketing Cloud购买、出售或共享匿名的第一方数据，从而扩大有价值的受众范围，确定数据共享伙伴，并提高跨渠道客户参与度。

算法引擎

广告主与广告公司通过点击鼠标即可利用 Adobe Marketing Cloud 受众核心型服务 (Audience Core Services) 的受众群体细分，而在 Adobe Media Optimizer 新版的自助式用户界面 (UI)，则可以批量购买展示广告、搜索广告及社交广告。借助[新算法引擎](#)的，这种程序化处理方式大幅提升了系统效率，使得企业与广告公司可以直接管理各个主要广告交易平台的实时竞价流程，这些平台的交易处理量超过每秒百万。同时此平台还可以与其他 Adobe Marketing Cloud解决方案中分享广告受众，这种双向共享的方式使营销人员可以为现有及潜在客户提供更加统一且精准的传播体验。

客户评价

“基于统一的目标受众划分和行为算法，将广告购买、动态创意与站点优化相连接，这一举措目前在市场上是独树一帜的，而且对于助阳狮集团的Always On解决方案大有裨益。Adobe Marketing Cloud 使我们能充分整合来自 Adobe Analytics、Adobe Audience Manager 及其它广告数据源的第一方、第二方与第三方数据，从而最大限度得覆盖到我们的客户。” ——阳狮锐奇首席执行官 Stephan Beringer。

“借助 Adobe Media Optimizer，我们可以更好地确定目标受众，交付更加精准的关联信息，从而获得更好的效果。我们已经使用 Adobe Analytics 参与度标准来优化我们的宣传活动，成效不错。我们通过利用多种渠道——展示、搜索和社交获得了的很多有价值的信息，这对于我们优化效能与节省预算十分有益。” ——Sears Canada在线用户体验与战略行动总监 Nurullo Makhmudov。

关于 Adobe Marketing Cloud

Adobe Marketing Cloud 可以使企业利用大数据制作跨设备与数字接触点、高度定制化的营销内容，向现有及潜在客户高效传播并吸引他们参与。它所包含八大高度集成的解决方案，为营销人员提供一整套营销技术，包括分析、网络与应用体验管理、测试与目标定位、广告、受众管理、视频、社交互动以及活动策划。结合 Adobe Creative Cloud，客户快速激发其在所有营销渠道的创意资产变得轻而易举。包括三分之二的《财富》50强公司在内的全球数千品牌企业均选择了Adobe Marketing Cloud，每年处理的交易量超过30.4万亿。

相关链接

[Adobe Blog Post: The Mandate for a Better Marketplace](#)

[Adobe Blog Post: Adobe Marketing Cloud Drives Future of Programmatic Ad Buying](#)

关于Adobe系统公司

Adobe 正通过数字体验改变整个世界。如需了解更详细情况，请访问 www.adobe.com/cn。

通过Adobe中国官方微博weibo.com/adobechina和人人网主页page.renren.com/adobechina与本地Adobe团队取得联系，获取新闻、产品升级和促销信息。

###