



Press Contacts

임성연 이사
한국어도비시스템즈
(02)530-8094
sulim@adobe.com

공인희 과장/ 김보현 대리
샤우트 웨거너 에드스트롬
(02)6250-9844, 010-8890-0091
Adobe_pr@shoutwe.com

어도비 마케팅 클라우드, 데이터 기반 마케팅과 광고 기술 통합

어도비 마케팅 클라우드의 새로운 알고리즘 엔진 및 오디언스 코어 서비스로 프로그램 기반 광고 구매 및 콘텐츠 제공

서울 — 2015년 3월 11일 — 어도비 (<http://www.adobe.com/kr/>)는 오늘 미국에서 열린 어도비의 연례 디지털 마케팅 컨퍼런스 '2015 어도비 서밋'(Adobe Summit 2015)에서 데이터 기반 마케팅과 광고 기술을 결합한 어도비 마케팅 클라우드(Adobe Marketing Cloud) 오디언스 코어 서비스(Audience Core Services)의 새로운 알고리즘 엔진과 업데이트 내용을 발표했다. 프로그램 기반 광고 구매는 디스플레이 광고에 대한 과도한 집중, 각기 다른 구매 방법 및 광고비 집행방식을 제시하는 복수의 데이터 공급자 등으로 오늘날의 광고인들에게 도전과제가 되고 있다. 프로그램 기반 구매를 기본적으로 통합함으로써, 어도비는 마케팅 담당자를 시장으로 이끌고, 여러 채널에서 일관된 고객 경험을 제공해 ROI를 증가시킬 수 있도록 돕는다. 기업들은 새로운 오디언스 코어 서비스를 통해 수 많은 고객과 CRM 시스템, 웹사이트, 앱 등과 같은 광범위한 출처에서 나온 행동 양식 데이터를 매칭해 활용할 수 있다. 그리고 새로운 알고리즘 세트는 기업이 어도비 미디어 옵티마이저(Adobe Media Optimizer)를 통해 유가 미디어에서 고객들에 도달할 수 있도록 돕는다.

어도비 디지털 마케팅 부문 부사장 존 멜러(John Mellor)는 “지금까지의 프로그램 기반 광고 구매는 디스플레이 광고 구매에 집중되어 있다”며, “타겟팅 및 데이터 활용을 위한 원스톱 구매가 가능하고 기술 가격 및 매체비에 대한 투명성을 확보하는 것은 진정한 프로그램 기반 광고 구매를 향한 진일보라고 할 수 있다. 어도비 마케팅 클라우드의 솔루션 간 고객군을 공유하는 기능은 채널 상에서 데이터에 활기를 불어넣고, 고객들이 어느 채널에서나 단일 메시지를 볼 수 있도록 한다”고 말했다.

오디언스 코어 서비스, 오디언스 마켓플레이스

오디언스 코어 서비스(Audience Core Services)는 마케팅 담당자가 웹사이트, 앱, IoT 기기에서 수집된 CRM과 행동 양식 데이터를 결합하고 특정 요소에 기인한 고유의 행동 방식에 대한 매우 양질의 고객 프로필을 발굴할 수 있도록 돕는다. 기업은 이 서비스를 통해 보다 개인화된 이메일 캠페인, 웹 및 앱 콘텐츠, 소셜 미디어 참여 등을 제공할 수 있다. 또한 세일즈포스, 오라클, SAP의 기존 CRM 데이터를 통합함으로써 업계에서 가장 세분화된 고객 세그먼트를 제공한다.

새로운 **오디언스 마켓플레이스(Audience Marketplace)**는 광고전문가 및 출판업 종사자들이 익명의 써드 파티 데이터(third-party data)를 평가하고 구매하여 고객군을 확장하고 오디언스 매니저로 데이터를 불러들일 수 있도록 돕는다. 예를 들면, 여행객 가운데 특정 세그먼트를 더 효과적으로 타겟팅한 광고 또는 기타 콘텐츠를 제공하기 위해서 호텔과 여행사가 고객 데이터를 공유할 수 있다. 또한 어도비 마케팅 클라우드 고객은 기업이 익명의 퍼스트 파티 데이터(first-party data)를 사고 팔거나 공유할 수 있다. 이를 통해 어도비 마케팅 클라우드 고객은 기업에 가치 있는 고객의 범위를 조정하거나 데이터를 공유하기 위한 파트너를 결정하고, 크로스채널 고객 참여를 향상시킬 수 있다.

알고리즘 엔진

어도비 마케팅 클라우드, 데이터 기반 마케팅과 광고 기술 통합

광고주와 에이전시는 어도비 마케팅 클라우드 오디언스 코어 서비스 내에서 버튼 하나만 누르면 고객 세그먼트를 활용할 수 있고, 어도비 미디어 옵티마이저 내에서는 새로운 셀프 서비스 UI를 활용해 디스플레이 광고, 검색 광고, 소셜 광고를 구매할 수 있다. [새로운 알고리즘 엔진](#)에 의한 프로그램 기반 접근법(programmatic approach)은 시스템의 비효율성을 제거하고 기업과 에이전시가 초당 100만 쿼리를 상회하는 주요 광고 거래 상에서 실시간 입찰 과정을 직접 관리할 수 있도록 한다. 광고 고객들 또한 어도비 마케팅 클라우드의 솔루션 간에 공유된다. 이러한 양방향 공유를 통해 마케팅 담당자는 미래의 고객과 기존 고객에게 더욱 연관성 있고 타깃팅된 경험을 제공할 수 있다.

비바키(Vivaki) CEO 스테판 베링어(Stephan Beringer)는 “통합된 타깃 고객 세그먼트 및 성과 알고리즘에 기반한 광고 구매와 다이내믹 크리에이티브(dynamic creative), 사이트 최적화 간의 연결은 업계에서 무척 독특한 것으로, 퍼블리시스 그룹(Publicis Groupe)의 올웨이즈 온(Always On) 솔루션을 지원한다”며, “어도비 마케팅 클라우드는 어도비 애널리틱스(Adobe Analytics), 어도비 오디언스 매니저(Adobe Audience Manager), 기타 에이전시 데이터 소스로부터 나온 퍼스트, 세컨드, 써드 파티 소스를 완전히 연결해 기업의 고객 도달률을 극대화한다”고 말했다.

시어스 캐나다(Sears Canada) 온라인 사용자 경험 및 전략 부문 디렉터 누룰로 막흐무도프(Nurullo Makhmudov)는 “어도비 미디어 옵티마이저는 타깃 고객을 더 잘 결정하고 보다 연관성 있는 타깃 메시지를 전달하도록 도와, 더 나은 성과를 이끌어 낸다”며, “우리는 어도비 애널리틱스의 참여 지표를 활용하여 캠페인을 최적화해 더 좋은 결과를 얻었다. 디스플레이, 검색, 소셜 등 다양한 채널 운영을 통해 얻는 인사이트는 성과 및 예산을 최적화하는 데 무척 큰 가치를 지닌다”라고 말했다.

어도비 마케팅 클라우드에 대하여

어도비 마케팅 클라우드는 기업이 빅데이터를 이용해 모든 기기와 디지털 접점에서 고도로 개인화된 콘텐츠로 고객과 잠재고객에 효과적으로 접근하고 관여하도록 돕는다. 긴밀하게 통합된 여섯 솔루션은 마케터에게 분석, 웹 및 앱 경험 관리, 테스트와 타깃팅, 광고, 소셜 및 캠페인에 초점을 둔 최고의 마케팅 기술 집합을 제공한다. 어도비 크리에이티브 클라우드와 함께 이용하면, 모든 마케팅 채널에서 즉각적으로 실행할 수 있는 크리에이티브 에셋을 손쉽게 제작할 수 있다. 포춘 선정 50대 기업의 3분의 2를 포함한 수천 개의 세계적인 브랜드들이 어도비 마케팅 클라우드를 통해 한 해 30조 4천억건 이상을 처리하고 있다.

유용한 링크

- [어도비 블로그 포스팅: 더 나은 시장을 위한 권한](#)
- [어도비 블로그 포스팅: 어도비 마케팅 클라우드가 미래 광고의 프로그램 기반 매체 구매를 이끈다](#)

어도비에 대하여

어도비는 사용자의 디지털 경험을 통해 세상을 바꾼다. 자세한 정보는 <http://www.adobe.com/kr/> 에서 찾을 수 있다.

###