

Press Contacts

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

김희연 차장/서은지 사원
뉴스커뮤니케이션스
(02)6323-5061, 010-9171-7737
(02)6323-5080, 010-3893-3098

[어도비 서밋 2016 현장] “당신의 기업은 개인화된 고객 경험을 창조하는 체험형 비즈니스(Experience Business)입니까?”

어도비, 미래 비전 공유하고 기업 소프트웨어의 제 3의 물결 위해 플랫폼 확장

서울, 2016년 3월 28일 - '어도비 마케팅 클라우드(Adobe Marketing Cloud)'의 혁신을 선보이는 연례 디지털 마케팅 컨퍼런스인 '어도비 서밋 2016(Adobe Summit 2016)'이 20일에서 24일까지 미국 라스베이거스에서 성황리에 개최됐다. 어도비 서밋은 마케팅의 미래와 비즈니스 혁신을 선도하는 업계 선두의 행사로 올해에는 1만명이라는 서밋 역사상 최다 참석자들이 함께했다. 이번 서밋에서는 어도비가 마케팅에서 일궈낸 가장 뛰어난 기술 혁신이 공개됨은 물론 세계적인 명성의 기업 리더들이 산업계의 새로운 트렌드인 '체험형 비즈니스(Experience Business)'를 최전방에서 어떻게 견인하고 있는지도 심도있게 논의됐다.



[서밋 현장] 산타누 나라옌 어도비 최고 경영자(CEO)는 참석자들을 맞이하며 '체험형 비즈니스'의 도래를 강조했다

체험형 비즈니스(Experience Business)

기업 소프트웨어의 제 3의 물결이 목전으로 다가왔고 이는 제품과 서비스의 제작, 전달 및 판매 과정의 재창조를 의미한다. 첫 번째 물결은 재고 관리, 급여 및 회계와 같은 사내 업무를 위한 소프트웨어 솔루션인 “백 오피스(back-office)”였다. 그 다음 찾아온 물결은 기업들이 고객들과 더 원활하게 소통할 수 있도록 데이터 간소화를 돕는 “프론트 오피스(front-office)”였다. 이러한 제 1,2의 물결과 함께 기업 소프트웨어를 일찍 도입한 이들은 경쟁사들 보다 상당한 이득을 누렸다. 이제 기업들은 제 3의 물결의 초기 단계에 진입해 있으며, 디지털 혁명으로 촉발된 정보와 기회의 홍수로 인해 기업에 대한 고객의 기대는 유례

없이 높아졌다. 이러한 새로운 환경에서 브랜드들이 번창할 수 있는 길은 웹사이트에서부터 모바일 앱, 유통 환경에 걸친 모든 접점에서 개인화되고 흥미로운 고객 경험을 창조하는 체험형 비즈니스(Experience Business)로 거듭나는 것이다.

이번 서밋에서 어도비는 체험형 비즈니스를 견인할 차세대 어도비 마케팅 클라우드를 공개했다. 먼저, 어도비 클라우드 플랫폼(Adobe Cloud Platform)은 파트너 및 개발자 프로그램이 개선되는 등 기능이 더욱 향상되었다. 새롭게 선보이는 어도비 마케팅 클라우드 디바이스 협업(Adobe Marketing Cloud Device Co-op)은 12억 대의 디바이스를 연결할 것으로 기대된다. 새로운 OTT(Over-the-Top) 기능은 방송사 및 유료 TV 업체들이 애플 TV(Apple TV), 마이크로소프트 Xbox, 로쿠(Roku) 그리고 기타 커넥티드 디바이스를 통해 고객에게 TV 보다 훨씬 뛰어난 경험을 쉽게 전달할 수 있도록 돕는다. 이외에도 어도비는 브랜드들이 모든 디바이스에 걸쳐 적절한 웹, 앱, 그리고 구매 경험을 적시에 예측 및 제공하는 새로운 데이터 사이언스 기능도 소개했다.

브래드 렌처(Brad Rencher) 어도비 디지털 마케팅 사업부 총괄은 “모든 기업은 고객에게 보다 뛰어난 경험을 제공하기 위해 매진해야 한다”며, “어도비는 기업들이 고객을 위해 일관적이며 개인화된, 뛰어난 경험을 창조할 수 있도록 돕는 것에 집중하고 있다”고 설명했다.



[서밋 현장] 맥도날드, 마텔, 태양의 서커스 등 어도비 마케팅 클라우드를 도입한 세계적인 기업들과 조지 클루니, 도니 오스몬드, 애비 워바크와 같은 글로벌 스타들이 디지털 마케팅에 대한 인사이트를 공유했다

어도비 클라우드 플랫폼(Adobe Cloud Platform)

어도비 클라우드 플랫폼(Adobe Cloud Platform)은 어도비 익스체인지(Adobe Exchange) [업데이트](#)와 [Adobe.io](#)로 더욱 새로워졌다. 어도비 익스체인지는 마이크로소프트 다이내믹스 CRM(Microsoft Dynamics CRM), 디맨드베이스(DemandBase), 액시엄(Axiom), 브라이트엣지(BrightEdge) 등 수백 개의 앱 및 통합 소프트웨어와의 연동을 지원하며, 파트너들이 어도비 마케팅 클라우드의 기능을 확장할 수 있도록 돕는다. 또한 이번에 출시된 어도비의 새로운 개발자 포털인 Adobe.io는 개발자들이 어도비 마케팅 클라우드 SDK(software development kit)를 다운받고 API(application program interface) 루틴과 프로토콜에 손쉽게 접근할 수 있도록 지원한다.

어도비 클라우드 플랫폼에 구축된 새로운 **어도비 인증 매트릭스(Adobe Certified Metrics)**는 [어도비 애널리틱스\(Adobe Analytics\)](#) 분석 기능을 바탕으로 디지털 사용자를 보다 정확하게 측정하기 위한 표준화된 디지털 인구 통계 데이터를 제공하는

다. 이번 서밋에서 발표된 [컴스코어\(comScore\)](#), 닐슨(Nielsen)과 같은 측정 파트너사들은 어도비 인증 매트릭스를 활용하는 것으로 TV와 디지털 매체에 걸친 전체 사용자의 참여 현황에 대한 총체적인 조감도를 제공할 수 있게 된다. 케이블 네트워크, 유료 TV 서비스 업체와 디지털 출판업체들은 어도비 데이터를 통해 사용자를 정확하게 측정하고 선형 TV, DVR, VOD, 데스크톱, 스마트폰, 태블릿, 게임 콘솔, 그리고 OTT(Over-the-Top) 커넥티드 디바이스 등 모든 스크린에 걸쳐 자사의 콘텐츠를 수익화 할 수 있다.

크로스 디바이스 협업 & 모바일

- 새롭게 공개된 [어도비 마케팅 클라우드 디바이스 협업\(Adobe Marketing Cloud Device Co-op\)](#)은 세계 최대의 브랜드들이 최고 수준의 프라이버시와 투명성을 준수하면서도 하나의 디지털 디바이스에서 다른 것으로 옮겨가는 고객들을 더 잘 파악할 수 있도록 돕는 네트워크이다. 이에 참여하는 브랜드들은 고객들에게 보다 개인화된 경험을 방대한 규모의 디바이스와 애플리케이션에 걸쳐 제공할 수 있게 된다.
- 어도비는 일련의 [모바일 마케팅\(Mobile Marketing\) 혁신](#)도 선보였다. 코도바(Cordova)와 더욱 긴밀히 통합된 [어도비 익스피리언스 매니저 모바일\(AEM Mobile\)](#)은 기업이 풍부한 콘텐츠 경험을 위해 모바일 앱 익스텐션을 개발할 수 있도록 돕는다. 어도비 익스피리언스 매니저 모바일은 직관적이고 시각적으로 매력적이며, 소비자 앱 같이 사용이 편리한 기업용 모바일 앱을 개발하고 관리하는 과정을 더욱 간결하게 만든다. 이번 서밋에서 다수의 어도비 기술 파트너들이 어도비 익스피리언스 매니저에 대한 지원을 모바일까지 확장하겠다고 발표했다.
- [모바일 코어 서비스\(Mobile Core Services\)](#)들은 이제 브랜드들이 사용자와 상호작용하는 과정을 최적화하는 툴을 제공한다. 어도비 마케팅 클라우드의 새로운 딥 링크링(deep linking) 기능을 통해 고객에게 발송되는 프로모션은 고객이 복잡한 단계를 거치지 않고도 바로 앱 내에서 제품 페이지로 이동할 수 있도록 해, 브랜드들은 고객에게 더 나은 경험을 제공할 수 있다.

새로운 OTT 기능

- [어도비 프라이타임\(Adobe Primetime\)](#)은 새로 추가된 기능으로 솔루션의 적용 영역을 OTT 플랫폼으로까지 확대했다. 이로 인해 방송사들과 유료 TV 업체들은 더 개인화된 TV 콘텐츠와 광고 경험을 애플 TV, 마이크로소프트 Xbox, 로쿠(Roku) 등의 커넥티드 디바이스를 통해 보다 쉽게 고객에게 전달할 수 있다. 콘텐츠 업체들은 어도비의 디지털 마케팅 솔루션들과 통합해 시청자 확보, 소통 및 수익화 과정을 원활하게 진행할 수 있다.

데이터 사이언스 & 서밋 엿보기(Summit Sneaks)

- 어도비는 TV 추천 엔진 및 광고를 위한 자동화 인사이트(TV Recommendation Engine and Automated Insight for Advertising)인 스마트 태그(Smart Tags)와 제목 예측(Predictive Subject Lines) 기능을 통한 이메일 최적화 등 일련의 [데이터 사이언스 신기능](#)을 발표했다. 이 기능들은 알고리즘의 힘을 더욱 잘 활용할 수 있도록 돕는다. 새로운 알고리즘들은 수십 억의 데이터 포인트들로부터 인사이트를 도출하는 과정을 더욱 간소화 하여 마케터들이 보다 나은 비즈니스 결정을 내리고 이전에는 존재하는지조차 몰랐던 추천 및 예측 기능을 활용할 수 있도록 돕는다.

어도비는 “[서밋 엿보기\(Summit Sneaks\)](#)”를 통해 현재 어도비 연구실에서 개발 중인 혁신적인 아이디어 및 기술을 미리 공개했다. 이 중 하나는 어도비 익스피리언스 디자인 CC(Adobe Experience DesignCC)와 [어도비 익스피리언스 매니저\(Adobe Experience Manager\)](#)가 결합된 툴의 미리보기로, 향후 디자이너들은 이를 활용해 모바일 앱의 UX 디자인을 앱 제작에까지 적용할 수 있게 된다.

어도비 서밋에 대한 더 많은 정보는 [어도비 블로그\(Adobe Conversations Blog\)](#)에서 확인할 수 있다.

어도비에 대하여

어도비는 사용자의 디지털 경험을 통해 세상을 바꾼다. 자세한 정보는 <http://www.adobe.com/kr/> 에서 찾을 수 있다. 한국어도비시스템즈에 대한 정보 및 뉴스는 한국어도비시스템즈의 공식 페이스북(<http://www.facebook.com/AdobeKorea>)과 공식 트위터(<https://twitter.com/AdobeKorea>)에서 확인 가능하다.

###

© 2016 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.