



Press Contacts

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

김희연 차장/서은지 대리
뉴스커뮤니케이션스
(02)6323-5061, 010-9171-7737
(02)6323-5080, 010-3893-3098
adobe@newscom.co.kr

'어도비 심포지엄 2016': '체험형 비즈니스'로 혁신 선도

동남아시아 지역 마케터 1,000명 이상 참여한 지역 최대 규모 디지털 마케팅 컨퍼런스
'고객 경험', 기업들의 새로운 경쟁력으로 떠올라

서울, 2016년 8월 1일 - 어도비는 지난 28일 연례 디지털 마케팅 컨퍼런스인 '[어도비 심포지엄 2016\(Adobe Symposium 2016\)](#)'이 싱가포르에서 성황리에 개최했다고 밝혔다. 온·오프라인을 통합하는 뛰어난 고객 경험의 중요성과 이에 따른 도전 과제를 논의한 이번 심포지엄에는 마스터카드(MasterCard), 켈로그(Kellogg), 호주뉴질랜드 은행 그룹(ANZ Banking Group) 등 세계적인 브랜드와 1,000명 이상의 마케팅·광고·출판·콘텐츠 전문가 및 기업 리더들이 참여했다.

어도비 아태지역 총괄 사장 폴 롭슨(Paul Robson)은 "동남아시아 최대의 디지털 마케팅 컨퍼런스인 어도비 심포지엄은 최신 마케팅 정보와 아이디어에 대한 지역 전문가들의 요구에 부응해 '체험형 비즈니스'를 심도 있게 살펴봤다"며, "고객 경험의 새로운 경쟁력으로 부상하고 있는 요즘, 모든 고객 접점에서 최고의 경험 제공을 위해 매진하는 체험형 비즈니스들은 소비자를 위한 새로운 표준을 창조하며 경쟁 우위를 선점 중이다"라고 전했다.

브랜드 경험에 대한 고객의 기대 수준은 디지털 기술의 발달로 인해 한 단계 더 높아졌다. 오늘날 고객은 오프라인 매장에서부터 모바일 앱 및 웹사이트에 이르는 모든 접점에 걸친 여정에서 개인화 되고 흥미로운 경험을 요구한다. 이러한 고객의 기대를 만족 시키기 위해 브랜드들은 체험형 비즈니스(Experience-led Business)로 거듭나야 하는 과제를 안고 있다.

이러한 변화 및 도전 과제를 살펴본 이번 심포지엄에서 어도비는 50여개 심층 세션을 현재 업계 화두인 '데이터 기반 마케팅', '고객 경험', '크로스채널 마케팅', '프로그래머틱 광고' 총 4개 트랙으로 분류해 준비했다. 아울러 오늘날 기업의 체험형 비즈니스로 혁신을 위해 주목해야 할 새로운 세 가지 역량을 소개하며 [어도비 마케팅 클라우드\(Adobe Marketing Cloud\)](#) 신기능도 선보였다:

- **연결된 쇼핑 경험의 발전:** 시장조사업체 [이컨설턴시\(eConsultancy\)](#)가 [최근 발표한 보고서](#)에 따르면 모바일 매출이 전체 전자상거래 매출의 절반 이상을 차지한다고 답한 아태지역 기업의 비율은 유럽 및 북미 지역과 비교해 2배 더 높았다. 어도비는 현재 연구 중인 프로젝트를 미리 선보이는 자리에서 고객 정보와 데이터 기반 상품 추천 기능을 오프라인 매장의 쇼핑 경험에 통합한 '적응형 매장(adaptive store)' 키오스크를 소개했다.
- **VR 기능:** 어도비 마케팅 클라우드의 멀티디바이스 동영상 플랫폼, [어도비 프라임타임\(Adobe Primetime\)](#)의 새로운 VR 기능도 소개됐다. VR 콘텐츠의 광고 삽입 및 가상 영화 및 180/360도 VR 비디오 시나리오에서의 DRM(디지털저작권관리) 콘텐츠 재생 기능이 새롭게 제공되며, 삼성 기어 VR 및 구글 카드보드에서 지원된다. 추후 오클러스 리프트와 HTC 바이브까지 지원이 확대될 예정이다.
- **AEM과 어도비 프레임메이커 통합으로 효율적 전문 콘텐츠 관리:** 구매 결정 과정에서 소비자들의 정보 검색 능력은 사용자 매뉴얼 등의 전문 정보까지 활용할 정도로 정교해지고 있다. 기술 문서 관리 솔루션 [어도비 프레임메이커\(Adobe Framemaker\)](#)와 콘텐츠 관리 솔루션 [어도비 익스피리언스 매니저\(Adobe Experience Manager, AEM\)](#)의 새로운 통합 기능으로 모든 채널, 기기, 포맷에 걸쳐 복잡한 기술 관련 콘텐츠의 효율적인 출판·관리가 가능하다.

싱가포르 이통통신 기업 스타허브(StarHub)의 디지털 혁신 부문 부사장 로드 스트로서(Rod Strother)는 "스타허브의 목표는 공식 웹사이트를 포함한 모든 채널에 걸쳐 차별화된 최고의 고객 경험을 제공하는 것"이라며, "어도비의 디지털 마케팅

플랫폼은 데이터를 지속적으로 추적, 분석, 동기화 해 고객의 요구를 보다 잘 이해하고, 이를 통해 직관적인 디자인과 관련도 높은 콘텐츠를 적시적소에 제공하여 해당 접점의 고객 경험을 지속적으로 향상 시킨다”고 설명했다.

어도비 마케팅 클라우드에 대하여

어도비 마케팅 클라우드는 기업이 '체험형 비즈니스'로 혁신하고 빅데이터를 이용해 모든 디지털 접점에서 고도로 개인화된 마케팅 콘텐츠로 고객에게 효과적으로 도달하고 소통하도록 돕는다. 긴밀히 통합된 8개의 솔루션은 마케터에게 분석, 웹 및 앱 경험 관리, 테스트와 타겟팅, 광고, 비디오, 청중 관리, 소셜 및 캠페인의 디지털 마케팅 전 과정을 아우르는 완전한 마케팅 기술을 제공한다. 어도비 마케팅 클라우드는 크리에이티브 클라우드와 연계되어 전 마케팅 채널에 크리에이티브 에셋을 빠르게 활성화할 수 있도록 돕는다. 포춘 선정 50대 기업 중 3분의 2 이상의 기업을 포함해 전세계 수천 개 브랜드들이 어도비 마케팅 클라우드를 사용하고 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.

###