



媒体联系人

Summer Shi
史园
Adobe
(86) 10 5865 7703
sshi@adobe.com

Kelly Li
李思静
MSL
(86) 10 8573 0514
Kellysj.Li@msslgroup.com

Adobe Experience Cloud 助力出海零售商优化店内和线上个性化购物体验

客户期望获得个性化体验以满足他们的个人需求和兴趣，大规模实现个性化体验已成为出海零售商们的当务之急

中国，北京—2022年1月25日—Adobe 近日宣布推出全新 Adobe Experience Cloud 工具，助力中国的出海零售商优化在海内外市场的店内和线上的个性化购物体验。全新发布的工具为客户提供了无缝、灵活的付款方式，并支持商家通过移动端直接与客户进行沟通，从而帮助客户实现从浏览到购买的无缝体验。

如今，越来越多的海外消费者为了便捷、省钱而选择在网上购物，并寻求多样化的付款方式，例如先买后付款。网购益处逐渐增多的同时，零售商也需要重视线下取货和店内购物的消费者的体验。

Adobe 产品营销高级总监 Tory Bruner 表示：“零售商正面临着一个可以提高消费者参与度并建立忠诚度的巨大商机，那便是创造一致且个性化的购物体验，从而实现店内和线上的无缝过渡。通过结合消费者偏好制定数字化体验，零售商可以按照其理想的方式满足他们的购物需求。”

Adobe Experience Cloud 面向零售商发布的新工具包括：

- **在店内和线上同时提供个性化购物体验**

借助 [Adobe Target](#) 增强的个性化功能，零售商可以整合线下和线上的互动，并在由 Adobe Experience Platform 支持的[实时客户数据平台\(CDP\)](#)中进行实时分析，从而大规模地为客户创建和提供个性化购物体验。凭借该功能，零售商可以获得消费者的统一视图，从而根据其近期的购买记录推荐相关商品，或根据其最新的积分情况提供折扣。

- **提供无缝且灵活的支付方式**

消费者对付款的灵活性也有要求。全新发布的 [Adobe Commerce 付款服务](#) 是一个完全集成的付款解决方案，可以让零售商在同一个地方安全地管理来自各个店铺的付款和订单数据。零售商可以轻松部署消费者偏爱的付款方式，如信用卡、借记卡、PayPal 和 Venmo 等，从而为其提供最佳的结算体验。

- **在移动端与客户建立联系**

由 Adobe Experience Platform 提供支持的 [Adobe Journey Optimiser](#) 发布了移动端信息沟通功能，让零售商能够在应用程序中通过推送通知或文本消息与消费者进行实时互动。无论是线下购物、线上购物还是两者混合，

零售商都可以借助 Adobe Journey Optimiser 提升购物体验。例如，通过基于位置的追踪功能，零售商可以通过推送通知来告知消费者他们最喜欢的洗发水在哪个窗口，从而节省消费者的时间，简化繁琐购物带来的不悦。

- **实现从浏览到购买的无缝体验**

AEM 针对渐进式网页应用（PWA Studio）的编辑功能：零售商可以借助该功能编辑 Adobe Experience Manager 网站中的内容，为客户提供从浏览到购买的无缝体验。这一功能让品牌在移动端和桌面端提供类似于 APP 端的引人入胜的购物体验更为简单，也有助于提升消费者的参与度和销售转化。

关于 Adobe

Adobe 正通过数字体验改变世界。了解更多信息，请访问 <http://www.adobe.com/cn>。关注 Adobe 官方微信号“AdobeChina”，以及中国官方微博 http://www.weibo.com/adobechina?is_all=1，获取更多新闻、更新、促销等信息，并与 Adobe 中国本地团队进行互动。