



#### 傳媒查詢

史園 (Summer Shi)  
Adobe  
(86) 10 58657703  
[sshi@adobe.com](mailto:sshi@adobe.com)

Ann Wai / Rosa Yip  
Newell Public Relations  
(852) 2117 5017 / 2117 5011  
[annw@newell.com](mailto:annw@newell.com) / [rosay@newell.com](mailto:rosay@newell.com)

#### 即時發布

# Adobe 推出業界首個由第一方資料驅動的客戶資料平台

Adobe 與知名品牌合作，讓用戶在無需動用第三方 Cookie 的情況下締造個人化客戶體驗

香港 — 2021 年 4 月 29 日 — Adobe (Nasdaq: ADBE) 宣布推出新一代即時 CDP (即時客戶資料平台)，即首個以第一方資料驅動獲取客源及與客戶互動所構建的企業應用程式。利用 Adobe 即時 CDP，品牌無需動用第三方 Cookie，即可激活已知和未知的客戶資料，在單一系統中無縫管理完整的客戶資料。

消費者與品牌之間的關係正迅速發展。如今消費者比以往更關注他們分享的資料，這亦導致全球私隱法規的錯綜複雜。同時，客戶對個人化品牌體驗的期望仍然持續高漲。瀏覽器將不再支援第三方 Cookie，亦使營銷人員無法根據 Cookie 追蹤網站上未知的訪客。這意味著品牌將在對線上訪客知之甚少的前提下仍要締造卓越的客戶體驗。

鑑於以上轉變，企業必須重新調整其獲取客源的策略，以高質量、獲授權的第一方資料為中心進行客戶互動。採用第一方資料策略使企業能僅僅使用客戶願意分享的資料來提供最相關的個人化體驗。然而，最近針對數碼營銷人員的一項調查顯示，儘管受訪者對第一方資料的好處感到樂觀，但營銷人員認為他們僅充分發揮了 47% 企業第一方資料的潛力。

## Adobe 推出業界首個由第一方資料驅動的客戶資料平台

Adobe 執行副總裁、數碼體驗業務兼全球實地營運部總經理 Anil Chakravarthy 說：「作為消費者，我們現在期望企業能夠提供個人化的品牌體驗，同時管理好我們分享出去的資料。藉助 Adobe 即時 CDP，Adobe 與多個品牌合作，使用第一方資料提供相關、響應式及尊重客戶的體驗。」

**使用第一方資料強化客戶體驗管理 (CXM)**

- **第一方資料驅動的中央管理平台：** Adobe 即時 CDP 作為品牌的中央管理平台，讓品牌可通過各類第一方的客戶事件和屬性資料建立更完整的視圖來了解客戶。它結合來自潛在客戶的網絡瀏覽活動、品牌網站上註冊客戶的電子郵件或電話號碼等互動的第一方網絡、應用程式和出版社的媒體資料。隨著其他資料的添加及更豐富客戶資料的建立，品牌可使用 Adobe Target 締造個人化體驗。此外，開箱即用的[資料治理功能](#)可協助品牌確保企業內每位人士均嚴格執行及遵守資料使用政策。
- **即時的機器學習加強大規模的個人化體驗：** 鼓勵未知訪客使用其電子郵件或電話號碼在品牌網站上註冊或許是一項挑戰。由於每位客戶的旅程都不一樣，因此沒有千篇一律的方法。當品牌利用 Adobe 即時 CDP 根據品牌互動建立潛在客戶資料時，[Adobe Target](#) 會獲取可用的資料來即時編排下一步展示的最佳內容、報價或體驗，其中包括辨識兩次點擊之間的正確時機以觸發未知訪客的註冊及授權。此外，品牌可以將潛在客戶的傾向得分 (訪客執行某些購買行為的可能性) 從 Adobe 即時 CDP 匯入 Adobe Target，從而締造可能將潛在客戶轉變為客戶的相關體驗。
- **相似細分：** 全新的「相似細分」功能 (Look-alike Segments) 讓品牌可識別與相熟客戶屬性相似的潛在客戶。例如，營銷人員可使用現有客戶的樣本受眾，建立一個品牌資料庫中具有類似特徵、由其他客戶組成的相似細分。
- **全新的 B2B 版 CDP 功能：** 如今數碼經濟日益發展，B2B 企業必須尋找新方法，在不斷擴展的接觸點上大規模地以個人化、相關的方式與客戶聯繫。今日發布的[B2B 版 Adobe 即時 CDP](#) 可以將個人資料與公司資料結合起來，提供完整的智能與激活功能，協助 B2B 企業以 B2C 品牌的方式思考和行動。

IDC 市場與銷售技術研究總監 Gerry Murray 說：「缺乏資料基礎架構支援的客戶體驗計劃並不會成功。客戶希望品牌無論何時何地都能以任何方式與其互動。唯一的方法就是採用 Adobe 即時 CDP 等解決方案，使客戶資料成為一項不受應用程式和部門資訊孤島限制的企業服務。」

## Adobe 推出業界首個由第一方資料驅動的客戶資料平台

IBM 數碼營銷副總裁 Jason Andrews 表示：「長久以來，保護客戶私隱都是 IBM 的首要任務。隨著新世代第一方資料重要性的日益提高，我們為與 Adobe 等戰略合作夥伴緊密合作賦予巨大價值，將客戶利益放在我們工作的最前沿位置。」

美國 Intuit 營銷技術副總裁 Josh Rab 表示：「作為一家重視客戶的企業，我們意識到第一方資料在協助客戶旅程情境化並最終締造成功品牌體驗的重要角色。Intuit 一直是 Adobe 的長期客戶，隨著我們發展資料戰略並提升 Intuit 品牌體驗的標準，我們很高興能進一步擴展與 Adobe 的合作關係。」

### 更多資訊：

- [Adobe 即時 CDP](#) 的介紹
- [了解更多](#) Adobe 如何協助品牌在無 Cookie 的未來觸達客戶
- 了解 Forrester 的研究報告：[《制定你的數據棄用計劃》](#)

### 關於 Adobe

Adobe 致力通過數碼體驗改變世界。查詢詳情，請瀏覽公司網站：[http://www.adobe.com/hk\\_zh/](http://www.adobe.com/hk_zh/)。

###