

어도비, 2020 가트너 매직 쿼드런트 멀티채널 마케팅 허브 부문 리더 선정

어도비, 실행 능력 부문 및 비전 완성도 부문 최고점

서울, 2020년 5월 27일 - 어도비는 가트너가 발표한 '2020 매직 쿼드런트 멀티채널 마케팅 허브' 보고서에서 3년 연속 리더로 선정됐다고 밝혔다. 어도비는 이번 보고서에서 평가한 19개 기업 중 실행 능력과 비전 완성도 부문에서 각각 최고점을 받았다.

가트너는 멀티채널 마케팅 허브를 기업의 커뮤니케이션을 조율하고 다양한 채널에 걸쳐 각 고객군에 맞는 서비스를 제공하는 기술로 정의한다. 이 기술로 웹사이트, 모바일, 소셜, 광고용 우편물, 콜센터, 디지털 광고, 이메일 등의 채널 분석이 가능하다.

어도비의 멀티채널 캠페인 관리 솔루션인 [어도비 캠페인\(Adobe Campaign\)](#)은 기업이 어도비 익스피리언스 플랫폼(Adobe Experience Platform), 기타 어도비 익스피리언스 클라우드(Adobe Experience Cloud) 애플리케이션 및 기업 데이터 소스에서 수집한 실시간 고객 데이터를 기반으로 고객 프로필을 관리하고 강화할 수 있도록 지원한다. 통합된 고객 프로필을 통해 기업은 보다 고객 중심적이고 영향력 있는 멀티채널 마케팅을 운영할 수 있다. 또한 고객 여정 조율(Journey Orchestration)을 통해 기업은 고객 접점을 연결하고 개인화된 고객경험을 제공함으로써 높은 고객 충성도 구축은 물론 수익 창출까지 이룰 수 있다.

수닐 메논(Sunil Menon) 어도비 익스피리언스 클라우드 제품 마케팅 선임 이사는 “고객은 언제, 어디서, 어떻게 기업과 소통할지 알려주면, 이러한 기대에 부응하는 맥락에 맞고 매력적인 고객경험을 기대한다”며 “어도비 캠페인을 통해 기업은 고객의 요구를 예측함으로써 궁극적으로 맥락에 맞는 개인화된 경험을 제공할 수 있다”고 밝혔다.

법적 책임의 한계

가트너는 조사 보고서에 소개된 특정 업체나 제품 혹은 서비스를 지지하거나 높은 순위의 업체만을 특별히 권장하지 않는다. 가트너 조사 발행물은 가트너 조사기관의 견해로 구성되어 있으며 사실적 진술로 해석되어서는 안된다. 가트너는 특정 목적에 대한 적합성이나 상품성에 대한 보증을 포함해 이번 조사와 관련하여 명시적이든 묵시적이든 모든 보증을 하지 않는다.

어도비에 대해

어도비는 디지털 경험을 통해 세상을 바꾼다. 자세한 정보는 [어도비 홈페이지](#)에서 찾을 수 있다. 어도비코리아에 대한 정보 및 뉴스는 어도비코리아의 [공식 페이스북](#)과 [뉴스룸](#)에서 확인 가능하다.

###