



어도비, 포레스터 리서치 '고객 분석 부문' 리더 선정

서울, 2020년 8월 31일 - 어도비는 포레스터 리서치가 발표한 '2020년 2분기 포레스터 웨이브: 고객 분석 기술(The Forrester Wave™: Customer Analytics Technologies, Q2 2020)' 보고서에서 리더로 선정되었다고 밝혔다. 특히 어도비는 사용성, 비즈니스 영향 측정, 제품 비전, 파트너 생태계, 실행, 고객 분석 솔루션 매출 등의 항목에서 최고점을 받았다.

이번 보고서는 데이터 과학자의 사용자 정의 모델 구축을 지원하는 DIY(do-it-yourself) 분석 기능과 기업 사용자에게 직접 데이터를 산출해 제공하는 DIFM(do-it-for-me) 기능 등 여러 사용자 타입을 고려한 포괄적인 고객 분석 솔루션을 제공하는 11개 기업을 대상으로 평가했다.

포레스터 리서치는 보고서에서 "[어도비 애널리틱스\(Adobe Analytics\)](#)가 기업 사용자에게 친화적인 인터페이스와 디지털 데이터 분석에 대한 탁월한 능력을 바탕으로, 오랜 시간 고객 분석 부문의 강자로 자리매김해왔다"고 소개했다. 더불어 데이터 엔지니어를 위한 [데이터 워크벤치\(Data Workbench\)](#), 데이터 과학자를 위한 [데이터 사이언스 워크스페이스\(Data Science Workspace\)](#), 기업 분석가를 위한 [애널리틱스 워크스페이스\(Analysis Workspace\)](#)를 통해 기술에 대한 전문성이 높은 다양한 기업 사용자들의 요구를 충족시키고 있다고 언급했다.

키이스 이디(Keith Eadie) 어도비 애널리틱스 제품 책임자는 "데이터가 성공적인 고객경험관리(CXM)의 핵심인 만큼, 기업은 비즈니스의 정확한 상황을 파악할 수 있는 시의적절한 인사이트를 찾는 데 주력하고 있다"며 "어도비 애널리틱스는 표준화된 보고서나 대시보드를 넘어 어떤 팀이든 여러 채널로부터 인사이트를 얻고 다양한 고객과의 소통을 개선할 수 있는 유연함을 제공한다"고 전했다.

[어도비 익스피리언스 플랫폼\(Adobe Experience Platform\)](#)을 기반으로 한 [고객 여정 분석\(Customer Journey Analytics\)](#)은 어도비 애널리틱스의 최신 기술을 집약한 것이다. 기업은 다양한 데이터 소스를 통합해, 보다 온전한 고객 프로필을 만들 수 있다. 사용자는 웹, 모바일, 매장, 콜센터 등 온·오프라인을 막론하고 모든 채널에 걸쳐 실시간으로 고객 행동을 파악하는 한편, 직관적인 쌍방향 인터페이스를 통해, 기술 수준에 구애 받지 않고 인사이트를 얻을 수 있다. 아울러, 데이터 사이언스 워크스페이스에서 기업은 AI와 머신러닝 기술을 통한 일련의 예측 및 자동화 기능도 활용 가능하다.

어도비 익스피리언스 클라우드에 대해

어도비는 경험 제작, 마케팅, 광고, 분석 및 커머스를 제공하는 업계 유일의 엔드 투 엔드 솔루션인 [어도비 익스피리언스 클라우드\(Adobe Experience Cloud\)](#)를 통해 고객경험관리(CXM)를 새롭게 정의하고 있다. 어도비 익스피리언스 클라우드는 기업들이 비즈니스 성장을 가속화하면서, 모든 고객 접점 및 채널에 걸쳐 일관되고, 지속적이며, 강력한 B2C, B2B 및 B2E 경험을 전달할 수 있도록 돕는다. 정적이고 고립된 고객 프로필을 제공하는

기존의 엔터프라이즈 플랫폼들과는 달리, 어도비 익스피리언스 플랫폼은 어도비의 AI 및 머신 러닝 기술인 어도비 센세이를 통해 기업들이 고객을 온전히 이해하고, 데이터를 활용 가능하도록 정제하는 역량을 강화시킨다. 업계 애널리스트들은 20 개의 경험 관련 주요 보고서에서 어도비를 리더로 선정하고 있다.

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.

###