



어도비, 마케팅 및 제품 전반의 고객 여정 인사이트를 통합하는 새로운 어도비 프로덕트 애널리틱스 발표

- 새로운 어도비 프로덕트 애널리틱스, 제품 담당 팀을 위해 특별히 제작된 인사이트를 어도비 익스피리언스 클라우드에 직접 제공
- 고객 경험 부서는 단일 고객 뷰로 마케팅 및 제품 인사이트 전반에 대한 심층적인 검토 가능
- 커스터머 저니 애널리틱스에 프로덕트 애널리틱스 기능이 네이티브로 통합돼 고객 경험 부서 간 협업 지원

2023년 4월 19일, 서울 - 어도비가 [어도비 익스피리언스 클라우드\(Adobe Experience Cloud\)](#)의 새로운 애플리케이션인 [어도비 프로덕트 애널리틱스\(Adobe Product Analytics\)](#)를 발표했다. 해당 애플리케이션은 마케팅과 제품 전반의 고객 여정에 대한 인사이트를 통합해 제품 분석 범주를 재구성한다. 이를 통해 고객 경험 관련 부서는 고객에 대한 통합 뷰의 이점을 활용하고 조직 전체에 걸쳐 원활하게 협업함으로써, 수익성 있는 성장을 견인할 수 있다.

제품 주도 성장은 초기 제품 출시 이후 신속한 피드백 분석 및 기능 업데이트에 달렸다. 따라서 최근 몇 년 동안 제품 담당 부서와 마케팅 부서 간 긴밀한 협력의 필요성이 대두되고 있다. 제품 및 마케팅 부서는 협력을 통해 보다 효과적인 고객 참여 전략과 메시지 및 지원 콘텐츠를 만들고, 궁극적으로 브랜드에 대한 고객의 의견을 개선할 수 있다.

아미트 아후자(Amit Ahuja) 어도비 익스피리언스 클라우드 플랫폼 및 제품 부문 수석 부사장은 “모든 부문에서 브랜드는 고객 여정에 대한 보다 포괄적인 관점을 필요로 하고 있으며, 이로 인해 제품, 마케팅 및 고객 경험 전반에 걸친 분석 영역의 융합이 가속화되고 있다”며 “어도비는 어도비 익스피리언스 클라우드의 지속적인 확장의 일환으로, 온라인과 오프라인 접점을 아우르며 인사이트를 제공하는 프로덕트 애널리틱스를 출시해 제품 담당 부서와 마케터가 더욱 긴밀하게 협력하도록 지원한다”고 말했다.

제품 담당 팀을 위한 어도비의 새로운 솔루션에 포함된 셀프 서비스 기능은 데이터 분석가 및 데이터 과학자에 대한 비정기적 요청 업무를 줄여 시간을 크게 줄여준다. 사용자는 시간 경과에 따른 고객 참여 패턴 및 변화 외에도 사용자 기반 성장과 타깃 전반의 주목할 만한 트렌드에 대한 인사이트를 확보할 수 있다. 어도비 프로덕트 애널리틱스는 매끄럽지 않은 제품 경험을 파악해 제때 변경하고, 향후 제품 로드맵을 개선하도록 지원한다. 브랜드는 제품을 신속하게 최적화하고 기능 출시의 영향을 측정해, 다른 채널의 참여에 어떤 영향을 미치는지 파악 가능하다.

[어도비 익스피리언스 플랫폼\(Adobe Experience Platform\)](#)을 기반으로 구축된 어도비 프로덕트 애널리틱스는 채널 간 인사이트를 통합해, 새로운 고객 참여 기회나 고객의 불편함을 파악하도록 지원한다. [어도비 저니 옵티마이저\(Adobe Journey Optimizer\)](#)와 함께 사용해 광고 등 다른 접점에서 얻은 인사이트를 즉각적으로 반영해 사용자를 신제품으로 유도한 요인을 파악하며, 궁극적으로 보다 정교한 개인화를 추진할 수 있다. 브랜드는 [어도비 센세이 GenAI\(Adobe Sensei GenAI\)](#)를 기반으로 한 [어도비 커스터머 저니 애널리틱스\(Adobe Customer Journey Analytics\)](#)의 지능형 자막(Intelligent Captions)을 통해 질문에 더 빠르게 답변하고, 코호트 테이블이나 폴아웃 차트와 같은 시각화된 보고서에서 주요 시사점에 대한 설명을 즉각적으로 제공할 수 있다.

린지 위버(Lindsey Weaver) 워너 브라더스 디스커버리(Warner Bros. Discovery) 글로벌 제품 분석 부문 부사장은 “어도비 프로덕트 애널리틱스가 제공하는 새로운 기능과 더불어 잠재적으로 제품 담당 팀이 타 부서와 협업하며 구독자에 대한 심도 있는 인사이트를 발견할 수 있다는 점에 큰 기대를 갖고 있다”며 “어도비는 고객 여정에 대한 통합 뷰를 통해 구독자를 더 잘 이해하고 모든 스트리밍 제품에서 고객 경험을 개선할 수 있도록 지원한다”고 전했다.

세계적인 전자상거래 기업인 오토(OTTO)의 안드레아스 스투트(Andreas Stuht) 전자상거래 분석 총괄은 “어도비 커스터머 저니 애널리틱스의 사용자로서 제품 담당 팀과 애널리스트를 한 데 모아 접점 개발 및 최적화를 위한 데이터 기반 접근 방식을 강화하게 돼 기쁘게 생각한다”며 “전자상거래 분야에서 리더십을 강화하면서 커스터머 저니 애널리틱스를 통해 가치 있는 인사이트를 얻을 수 있으며, 새로운 제품 분석 기능은 보다 통합된 방식으로 작업하는 데 도움될 것이라고 확신한다”고 덧붙였다.

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.

###