



어도비, 마케팅 캠페인에 대한 통합 뷰 및 빠른 실행 속도를 제공하는 '어도비 워크프론트 플래닝' 발표

- 어도비, '워크프론트 플래닝' 정식 출시... 마케터가 조직의 모든 마케팅 활동을 종합적으로 파악할 수 있는 뷰 제공 및 보다 전략적인 계획, 실행 지원
- 캠페인 목표, 일정 및 목적을 한 눈에 파악할 수 있는 단일 뷰 제공... 마케터가 의미 있는 인사이트를 확보하고 신규 캠페인 론치까지의 소요시간을 획기적으로 단축하며 생성형 AI 구동 어시스턴트로 질의응답 및 마케팅 개요를 작성하도록 도와
- 딜로이트, IPG, 나스카 등 글로벌 브랜드, 워크프론트 플래닝 통해 조직 생산성 향상 및 고도로 개인화된 마케팅 캠페인에 대한 수요 충족

2024년 11월 19일, 서울 - 어도비가 '어도비 워크프론트 플래닝(Adobe Workfront Planning)'의 정식 출시를 발표했다. 새로운 기능은 업계 선두의 기업용 업무 관리 애플리케이션인 [어도비 워크프론트\(Adobe Workfront\)](#)의 일부로, 마케팅 팀 내 분산된 워크플로우와 데이터를 연결해 더욱 신속한 캠페인 진행을 위한 실행 가능한 인사이트를 제공한다.

오늘날 마케터들은 리소스를 크게 늘리지 않으면서 고도로 개인화된 고객 경험을 제공해야 한다는 과제를 안고 있다. 워크프론트 플래닝은 마케터가 업무의 메타데이터를 정의하고 생성해, 마케팅 운영 전반을 종합적으로 파악함으로써 이러한 문제를 해결한다. 이를 바탕으로 영업, 재무 등 타 부서는 데이터 인텔리전스를 통해 계획 및 실행에 도움을 줄 수 있는 효과적인 마케팅 시스템을 구축할 수 있다.

마케터는 여러 팀에서 세부 정보를 직접 수집하는 대신 워크프론트 플래닝을 통해 '올해 실행 중인 캠페인 수', '캠페인에서 가장 자주 사용되는 기술'과 같은 질문에 대한 인사이트를 맞춤형 시각화 된 양식 및 생성형 AI 구동 대화형 인터페이스를 통해 바로 확인할 수 있다. 이로써 신규 캠페인 기획 및 론치에 소요되는 시간을 획기적으로 단축하고, 시기와 목적에 맞춰 팀을 조율하는 노동 집약적인 업무를 없앨 수 있다. 또한 생성형 AI 를 활용해 정보를 요약하고 마케팅 기록을 최신 상태로 유지하거나 새로운 캠페인을 신속하게 설정함으로써 론치 시간을 단축할 수 있다.

아미트 아후자(Amit Ahuja) 어도비 디지털 경험 사업 부문 수석 부사장은 “여러 팀이 서로에 대한 가시성을 확보하지 못한 채 각각의 캠페인을 추진하면서 마케터의 업무가 더 복잡해지고 있으며, 이는 프로그램과 이해관계자를 조율하는 데 과도하게 많은 시간을 소비하게 되는 분산된 마케팅 운영으로 이어진다”며 “워크프론트 플래닝은 캠페인을 계획하고 마케팅 개요를 전달하며 팀 간의 작업을 조율하는 중앙 집중식 솔루션을 제공해 이 같은 문제를 해결한다”고 말했다.

새롭게 출시된 워크프론트 플래닝의 역량은 다음과 같다.

- **선별된 시각화:** 워크프론트 플래닝의 마케팅 캘린더는 일상적인 마케팅 업무를 이해하기 쉬운 형태로 시각화한다. 가령 타임라인은 팀이나 이해관계자에 맞춰 모든 진행 중인 캠페인을 시간순으로 표시한다. 또 로열티 프로그램 회원과 같은 특정 대상이나 연말연시 프로모션과 같은 특정 목적을 대상으로 진행하는 캠페인을 자동으로 확인하거나 스프레드시트를 통해 주요 메시지, 기여자, 프로젝트 상태 등에 대한 엔드투엔드 가시성을 확보하며 각 캠페인에 대해 더 잘 파악할 수 있다.
- **생성형 AI 를 통한 개요 생성:** 마케터는 생성형 AI 구동 역량을 통해 신규 캠페인 계획을 빠르게 실행으로 옮길 수 있다. 프로젝트 발표자료와 같은 기존 에셋을 업로드하는 것만으로 워크프론트 플래닝은 캠페인 기록과 마케팅 개요를 생성할 수 있다. 마케팅 전술, 목적부터 관련 에셋, 일정까지 캠페인 전반을 아우르는 맞춤형 보기도 제공한다. 또한 마케터는 생성형 AI 로 구동되는 워크프론트 플래닝의 대화형 인터페이스를 통해 캠페인 전반에서 빠른 답변이 필요한 질문에 대해 답변에 도움을 준다.
- **간편한 기록 관리:** 효과적인 계획은 정확한 최신 마케팅 기록에 따라 좌우되며, 이 기록에는 마케팅의 메타데이터 역할을 하는 타겟 고객과 지역, 전술, 관련 사업부 등의 세부 정보가 포함될 수 있다. 사용자는 생성형 AI 구동 대화형 인터페이스를 통해 캠페인 진행에 따라 자동으로 기록을 생성하거나 업데이트할 수 있다. 마케터가 최신 캠페인의 세부 정보가 담긴 워드 문서 등의 에셋을 업로드하면 기록이 자동 업데이트되며, 이를 마케팅 그래프에 연계해 팀과 워크플로우 간의 협업을 시각화할 수 있다. 나아가 이를 통해 추가적인 인사이트를 확보하고 조율을 촉진하며 캠페인 론치 시간을 단축할 수 있다.

현재 딜로이트(Deloitte), IPG 헬스(IPG Health), 나스카(NASCAR) 등 우수 글로벌 브랜드가 생산성 제고 및 고도로 개인화된 마케팅 캠페인에 대한 증가하는 수요 충족을 위해 워크프론트 플래닝을 사용하고 있다. 또한 어도비의 글로벌 마케팅 팀도 워크프론트 플래닝을 통해 조율된 계획을 수립하고 마케팅 활동에 대한 완전한 가시성을 확보하고 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.

###