



新聞聯絡人

史園 Summer

Adobe 大中華區公關經理

+86 13810050591

sshi@adobe.com

林元甲 Stanley / 巫宗城 Leo

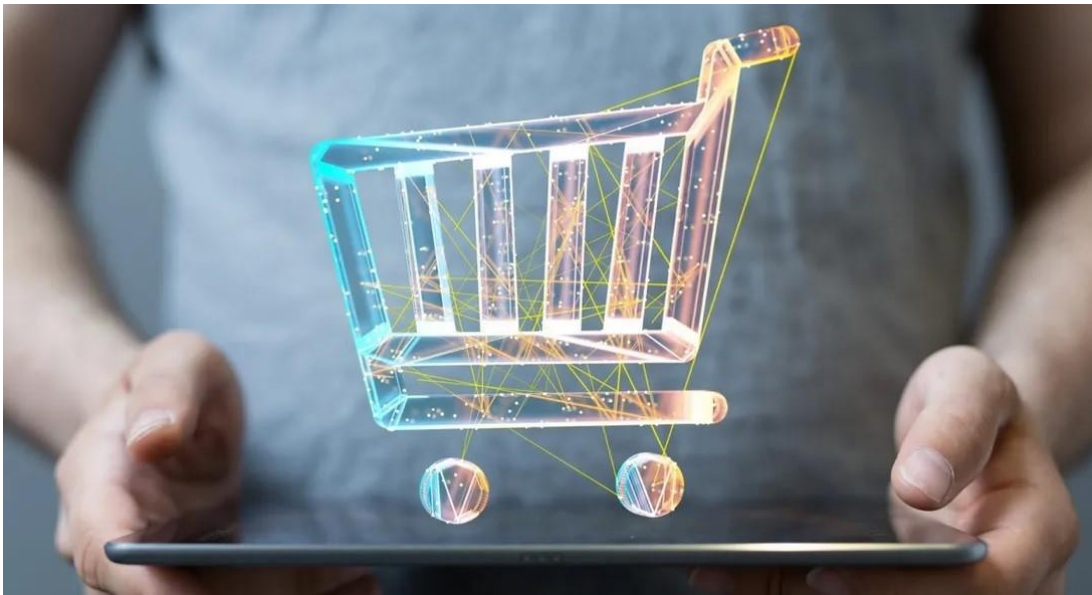
天擎公關

(02) 2775-2840 Ext: 362 / 359

adobe@grandpr.com.tw

即時發布

Adobe Experience Cloud 助力零售商優化實體店面與線上顧客的個人化購物體驗



台灣 — 2022 年 2 月 14 日 — Adobe 近日宣布推出全新 Adobe Experience Cloud 工具，協助零售商優化在實體店面與線上的個人化購物體驗。全新發布的工具提供顧客無縫且多元的付款方式，並支援商家透過行動裝置與其客戶直接進行溝通，從而實現由瀏覽到購買的無縫體驗。

現今有越來越多的消費者為了便利、節省開銷而選擇在網路上購物，而網購提供的多樣化付款方式，例如先買後付 (BNPL)，也是吸引消費者的主因之一。然而，在網購益處逐漸增多的同時，零售商也應需重視線下取貨和店內購物的消費者體驗。

Adobe 資深產品行銷總監 Tory Brunker 表示：「零售商現正掌握著透過創造一致且個人化的購物體驗，提高消費者互動並建立忠誠度的巨大商機，並實現實體店面與線上購物的無縫轉換。藉由結合消費者的喜好制定出數位化體驗，零售商可以以更符合顧客想要的方式滿足其購物需求。」

Adobe Experience Cloud 針對零售商發布的新工具包括：

- **在實體店面和線上同步提供專屬的個人化購物體驗**
借助 [Adobe Target](#) 增強的個人化功能，零售商可以整合線下和線上的互動，並在由 Adobe Experience Platform 所支援的 Adobe Real-Time CDP [即時客戶資料平台](#) 中進行即時分析，大規模地為客戶創建和提供個人化購物體驗。憑藉此功能，零售商可以獲得統一的顧客視圖，再根據其近期的購買記錄推薦相關商品，或查看顧客最新的折扣獎勵資格。
- **提供無縫且多元彈性的支付方式**
消費者對付款的靈活性也有要求。全新發布的 [Adobe Commerce 支付服務](#) 是一個完全整合的支付解決方案，可以讓零售商在同一個地方安全地管理來自各個店鋪的付款和訂單資料。零售商可以輕鬆部署消費者偏好的付款方式，如信用卡、金融卡、PayPal 等，提供最佳的結帳體驗。
- **由行動裝置與客戶建立聯繫**
由 Adobe Experience Platform 提供支援的 [Adobe Journey Optimizer](#) 發布了行動裝置端的資訊溝通功能，讓零售商能夠在應用程式中透過發送通知或文字消息與消費者進行即時互動。無論是線下購物、線上購物還是兩者混合，零售商都可以借助 Adobe Journey Optimizer 提升購物體驗，例如：透過定位追蹤功能，零售商可以藉由發送手機的提醒通知來告知消費者欲找尋的商品位於店面的哪條走道上，以節省消費者的時間，簡化繁瑣購物流程所帶來的不悅。
- **實現從瀏覽到購買的無縫體驗**
Adobe Experience Manager 針對漸進式網頁應用程式（PWA Studio）的編輯功能：零售商可以借助該功能編輯 Adobe Experience Manager 網站中的內容，為客戶提供從商品瀏覽到購買的無縫體驗。此功能讓品牌於行動端和桌面端也能更輕易地提供類似於 APP 端中引人入勝的購物體驗，也有助於提升消費者的互動和銷售轉換率。

關於 Adobe

Adobe 經由數位體驗改變世界。如需更多資訊，請造訪 <https://www.adobe.com/tw/>。

###