



新聞聯絡人

史園 Summer

Adobe 大中華區公關經理

+86 13810050591

[sshi@adobe.com](mailto: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](mailto:adobe@grandpr.com.tw)

即時發布

## Adobe Summit 2022：Adobe 推出新人工智慧創新打造 個人化體驗



台灣 — 2022 年 3 月 30 日 — Adobe 在 [Adobe Summit 2022 數位體驗會](#) 上宣布推出內建於 Adobe Experience Cloud 所有產品中的、由 Adobe 人工智慧 (AI) 引擎 [Adobe Sensei](#) 支援的新功能，包括了產品推薦、即時搜尋結果、智慧預算預測和分配、跨通路預算優化以及智慧內容創作和提供。此次推出的新功能奠基於數百種已運用於 Adobe 所有產品的人工智慧和機器學習 (ML) 創新技術，助於企業提供無縫的顧客旅程。有超過 80% 的 Adobe Experience Cloud 客戶使用 AI 功能來強化他們的數位體驗。

Adobe 研究員 Anil Kamath 表示：「現在透過 Adobe 的 AI 引擎 Adobe Sensei，我們得以實現從前難以想像的功能，例如同時與客戶進行數百萬次一對一的即時互動。Adobe 涉足人工智慧領域已超過 15 年，也因此能夠利用數兆的數據和內容資產提供洞察，幫助企業驅動消費行為。」

內建於 Adobe Experience Cloud 的新人工智慧和機器學習功能為品牌提供了更多提升效率、營收和業務增長的機會，包括：

- **銷售機會預測 (Adobe 即時 CDP)**：由於採購團隊人員眾多，且數位和實體互動中也有諸多接觸點，因此想確定哪些採購團隊可能下單有時深具難度，必須彙整及分析來自各種技術和精密運算的數據。B2B 行銷團隊可應用 [Adobe Real-Time Customer Data Platform](#) (Adobe 即時 CDP) 內的預測潛在客戶 (Predictive Lead) 和客戶評分 (Account Scoring) 功能來獲得洞察，將資源集中在正確的潛在客戶；還可根據潛在買家行為與實際買家的相似程度，輕鬆決定銷售團隊與潛在買家互動合適的時間點。[Adobe Marketo Engage](#) 也將於今年提供此新功能。
- **跨通路預算優化 (Customer Journey Analytics)**：想全面掌握行銷活動在整體顧客旅程的成效並非易事。現在，Attribution AI 的歸因模型可納入 [Adobe Customer Journey Analytics](#)，讓品牌能統一了解線上和線下活動的執行成效。投資報酬 (ROI) 洞察也能幫助品牌依照本身業務打造最適合的歸因模型。
- **AI 支援的產品推薦和即時搜尋結果 (Adobe Commerce)**：藉由 [Adobe Commerce](#) 中由 AI 支援的產品推薦功能，B2C 和 B2B 品牌可運用人工智慧根據顧客行為、產品銷售、產品功能、視覺元素和流行趨勢推薦相關產品，為顧客量身打造體驗，促進商家的轉換率、留客率、交叉銷售和追加銷售動作。Adobe Commerce 的即時搜尋功能結合了即時目錄資料與 Adobe Sensei 的 AI 功能，可超迅速地提供高度相關且個人化的搜尋結果。Adobe Sensei 可自動幫助商家辨識每筆顧客查詢的搜尋面向，讓客戶無需耗時編寫冗長、繁瑣的網站搜尋規則。
- **智慧預算預測和分配 (Attribution AI)**：精確預測與分配行銷預算對現今品牌商來說深具挑戰。過往資料常是重要的數據點，但可能無法反映消費者喜好快速的變化，尤其是在數位通路上。Adobe 如今推出新的人工智慧功能—行銷組合模型 ([Marketing Mix Modeling](#)) 來精簡流程。此種先進的預測模型功能結合了過去數據與 Adobe Attribution AI 服務的即時洞察，幫助品牌輕鬆準確地分析行銷支出和活動效果，以實現線下及線上通路的最大成效。

於 Adobe Summit 的 Sneaks 期間，Adobe 還展示了 Adobe 研究實驗室多項有助於品牌打造優質客戶體驗的人工智慧創新技術，讓與會者先睹為快。例如，「Go Beyond Conversion」預演利用人工智慧為品牌網站的客戶體驗評分。品牌商可了解網站訪客的行為，並引導客戶至優化的體驗，提高轉換率。

IDC 全球 AI 研發暨自動化研究集團副總裁 Ritu Jyoti 表示：「個人化客戶體驗是品牌在現今數位經濟中關鍵的差異化因素，品牌若希望提供消費者重視的體驗，便需要如 Adobe Sensei 的 AI 技術來分析客戶資料、預測行為，最終快速提供與客戶需求相關的體驗，甚至從初次互動開始。」

Adobe 的所有 AI 計劃均以問責、責任和透明為引導原則。Adobe 堅守最高標準，堅持以符合倫理、負責的方式發展人工智慧，並確保 Adobe 的客戶和社群參與其中。

## 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/>。

###