Только что

Adobe представляет службы искусственного интеллекта для улучшения персонализации в цифровом бизнесе

овые службы искусственного интеллекта Adobe помогут брендам преодолеть проблемы, связанные с опытом внедрения ИИ.

Adobe запустила интеллектуальные службы, основанные на возможностях искусственного интеллекта Adobe Sensei. Новые услуги помогут брендам преодолеть общие проблемы ИИ, включая отсутствие опыта в области ИИ и трудности с внедрением.

Решение сможет объединять неструктурированные данные на универсальном языке. Это поможет брендам оставаться готовыми к отраслевому регулированию и корпоративной политике защиты прав потребителей. Интерфейс самообслуживания обеспечивает гибкость, позволяющую пользователям настраивать службы для сценариев использования, специфичных для управления качеством обслуживания клиентов (CXM).

Новости маркетинговых технологий: LinkedIn обновляет навигатор продаж с помощью аналитики отслеживания ссылок, а LogMeIn представляет интерактивное руководство по спасению для совместного просмотра

«Нельзя отрицать, что ИИ уже позволяет брендам предоставлять более актуальный опыт. Но правда в том, что в большинстве организаций они все еще не полностью раскрыли свой потенциал », - сказал Стив Эллисон, глава отдела маркетинга продуктов, аудиторий и платформенных технологий в регионе EMEA. «Наши новые интеллектуальные услуги позволят брендам еще глубже копаться в своих данных и генерировать статистические данные, которые принесут пользу всему клиентскому опыту, - а поскольку они доступны в одной централизованной области на платформе Adobe Experience Platform, команды могут вносить изменения в кампании с большим количеством дополнительных возможностей. ловкость и скорость, чем когда-либо прежде ».

Новые интеллектуальные службы, построенные на платформе Adobe Experience Platform, включают в себя ИИ клиентов - анализ действий клиентов, у брендов которых часто нет ресурсов и данных, чтобы вникнуть в них и понять. Это также помогает командам количественно оценить влияние каждой точки соприкосновения, используя расширенный подход для измерения фактической эффективности маркетинга и информирования бюджетов. Функция Journey AI будет сосредоточена на том, чтобы помочь брендам предсказать наилучшее время, частоту и канал выхода на рынок для клиентов. ИИ контента и коммерции предоставит рекомендации по переменным, которые приводят к высокой производительности, таким как цвета или предметы. ИИ потенциальных клиентов будет использовать поведенческие сигналы в режиме реального времени, чтобы помочь брендам предсказать потенциальных клиентов, которые могут превратиться в реальные возможности.

Новости маркетинговых технологий: Engagio обновляет решение Engagement Intelligence, а mParticle запускает инструменты проверки данных

Adobe использует интеллектуальные службы внутри компании и добилась отличных результатов. Он поддерживает операционную модель, управляемую данными (DDOM), основу, которая обеспечила переход от коробочного программного обеспечения к облаку. Решение показывает, насколько вероятно, что клиенты совершат определенное действие, и генерирует целевую аудиторию, которая была в пять раз более ценной, что помогает брендам лучше персонализировать и понимать свою аудиторию.

Ссылка на статью: Adobe представляет службы искусственного интеллекта для улучшения персонализации в цифровом бизнесе