

**Adobe GenStudio**  
for Performance Marketing

# कॉन्सैट के प्रूफ़ से स्केलेबल जेनरेटिव AI सॉल्यूशन तक.

Adobe के Global Marketing Organization ने GenStudio for Performance Marketing से कॉन्टेंट बनाने को कैसे स्केल किया.

लोकलाइज़ करें

जेनरेट करें

सरियल 3D फ़िश



Adobe

Adobe Stock

30日間、画像10  
点を無料でお試  
いただけます。



# विषय सूची

परिचय.	3
ग्लोबल स्केल पर एंटरप्राइज़ मार्केटिंग	4
जिन चैलेंजेज़ का हमने सामना किया.	5
<b>Adobe में जेनरेटिव AI और कॉन्टेंट स्केलिंग के मौके.</b>	<b>6</b>
पहली वेव थी—क्रिएटिव प्रोफ़ेशनल्स को ज़्यादा प्रोडक्टिव बनाना.	6
दूसरी वेव—मार्केटर्स को कॉन्टेंट बनाने के लिए इम्पावर करना.	7
हमारे मार्केटिंग ऑपरेशंस में जेनरेटिव AI को वैलिडेट करना.	7
स्केलेबल सॉल्यूशन तैयार करना.	8
<b>जेनरेटिव AI ने हमारी पूरी न हुई ज़रूरतों को कैसे पूरा किया.</b>	<b>8</b>
1. ईमेल और पेड सोशल के लिए स्केल पर टेस्टिंग.	9
2. कॉन्टेंट को तेज़ी से रिफ़्रेश और दोबारा इस्तेमाल करें.	10
3. मार्केटर्स को नए ऑडिएंसज़ के लिए नया, यूनीक कॉन्टेंट बनाने दें.	11
4. रियल-टाइम मार्केटिंग और रिस्पॉन्सिवनेस को सुविधाजनक बनाएँ.	12
5. रीजनल मार्केटिंग टीम के लिए लोकलाइज़ेशन और एजिलिटी में सुधार करना.	13
6. इनसाइट्स को क्रिएटिव प्रोसेस में लाएँ.	14
<b>मैनेजमेंट और ऑर्गनाइज़ेशनल तैयारी को बदलें.</b>	<b>15</b>
1. लोग—इवॉल्व होते रोल्ल्स, स्किल सेट्स और कल्चर.	15
नए रोल्ल्स.	15
नए स्किल्ल्स.	16
कोलैबोरेशन और कल्चर.	16
2. प्रोसेसेज़—वर्कफ़्लोज़ को रीडिफ़ाइन करना.	17
मज़बूत ब्रांड गार्डरेल्ल्स बनाएँ.	17
रिव्यू और अप्रूवल प्रोसेस को दोबारा डिज़ाइन करें.	17
एजेंसी पार्टनर्स पर भरोसा करना.	18
कॉन्टेंट क्रिएशन को एनालिटिक्स के साथ ऑप्टिमाइज़ करें.	18
3. टेक्नोलॉजी—जेनरेटिव AI को अपनाने के लिए इंटीग्रेटेड स्टैक.	18
मौजूदा martech स्टैक के साथ इंटीग्रेशन.	18
सिक्योरिटी, कंप्लायंस और जेनरेटिव AI एथिक्स.	18
<b>जेनरेटिव AI को इंप्लीमेंट करने के लिए कामयाबी के तीन बेहद अहम फ़ैक्टर्स हैं.</b>	<b>19</b>
1. एग्ज़िक्यूटिव अलाइनमेंट और स्पॉन्सरशिप से शुरू करें.	20
2. पूरे ऑर्गनाइज़ेशन को जेनरेटिव AI ट्रांसफ़ॉर्मेशन के लिए तैयार करें.	20
3. छोटे से शुरुआत करें और स्केल बढ़ाएँ.	20
<b>अब GenStudio for Performance Marketing के साथ जर्नी शुरू करने की आपकी बारी है.</b>	<b>21</b>
सोर्स	21

# परिचय.



सभी इंडस्ट्रीज़ में कॉन्टेंट की बेशुमार माँग है क्योंकि कस्टमर्स ब्रांड के साथ हरेक एनकाउंटर को पर्सनलाइज़ बनाए जाने की उम्मीद करते हैं. मार्केटिंग टीम के लिए सभी ऑडिएंस, चैनल्स, और मार्केट्स में बड़े पैमाने पर और ज़्यादा स्पीड से कैम्पेन्स डिलीवर करने के लिए ज़रूरी विज़ुअल्स और कॉपी के वॉल्यूम को डिलीवर करना मुश्किल हो रहा है. जब ऐसा लग रहा था कि इस चैलेंज से निपटना नामुमकिन है, तब जेनरेटिव AI क्रिएटिव और मार्केटिंग टीम अपने ब्रांड्स के साथ आगे बढ़ते हुए कस्टमर की माँगों को पूरा करने के नया तरीका दे रहा है."

## हीथर फ़्रीलैंड

चीफ़ ब्रांड ऑफ़िसर, Adobe



परफ़ॉर्मेंस मार्केटिंग टीम के लिए कॉन्टेंट डिजिटल इकॉनमी की करेंसी है. लेकिन हम पर बिना अतिरिक्त रिसोर्सेज़ के बेहद तेज़ी से और ज़्यादा वॉल्यूम में इसे बनाने का दबाव है. Adobe में, हम इन चैलेंजेज़ को अच्छी तरह जानते हैं. हमारे Global Marketing Organization ने ज़रूरी एसेट्स जेनरेट करने, नए कैम्पेन्स लॉन्च करने और रिफ़्रेश करने, मार्केट के ट्रेंड्स पर रिएक्ट करने, और रियल टाइम में कॉन्टेंट परफ़ॉर्मेंस को ट्रैक करने में मुश्किल का सामना किया. इस फ़र्स्टहैंड एक्सपीरिएंस से हमें कस्टमर की माँग और केपेबिलिटीज़ के बीच गैप को भरने के लिए अधिक गहरा नज़रिया और अतिरिक्त मॉटिवेशन मिला है.

## Generative AI

आर्टिफ़िशियल इंटेलिजेंस का एक सबसेट जो पारंपरिक AI के डेटा को एनालाइज़ करने और प्रोसेसेज़ को ऑटोमेट करने की काबिलियतों से एक कदम आगे इनपुट्स या प्रॉम्प्ट्स के आधार पर नया कॉन्टेंट—टेक्स्ट, इमेजेज़, वीडियो, ऑडियो, या पूरे एक्सपीरिएंस—बना सकता है.

[Adobe GenStudio for Performance Marketing](#) में मार्केटिंग की दुनिया में ज़बरदस्त बदलाव लाने वाला इनोवेशन बनने की संभावनाएँ हैं. यह ऐसा जेनरेटिव AI-फ़र्स्ट एप्लिकेशन है जिसमें अब से पहले सोच से परे स्पीड और स्केल पर हाई-इम्पैक्ट कॉन्टेंट बनाना आसान हो गया है. इससे मार्केटिंग टीम कॉन्टेंट परफ़ॉर्मेंस को ऑप्टिमाइज़ करने के लिए रियल-टाइम इनसाइट्स मुहैया करवाते हुए ऐड्स, ईमेल्स, और कैम्पेन्स के लिए ऑन-ब्रांड, मल्टी-चैनल कॉन्टेंट बना पाती हैं. हमने इसे पहले अपने खुद के ऑर्गनाइज़ेशन के अंदर आजमाया — और इसके नतीजे ज़बरदस्त थे.

# ग्लोबल स्केल पर एंटरप्राइज़ मार्केटिंग

Adobe Global Marketing Organization (GMO), 1,100 से ज़्यादा एम्प्लॉयीज़ के साथ वर्ल्ड-क्लास एक्सपर्टीज़ से बड़े पैमाने पर कंपनी की मार्केटिंग कोशिशों को आगे बढ़ाता है. \$1 बिलियन से ज़्यादा के सालाना मार्केटिंग खर्च के साथ, GMO बहुत-से चैनल्स और मार्केट्स में खास तरह के कैम्पेन्स बनाता है. हमारी पहुँच के मसलन हम पूरी दुनिया में 40 से ज़्यादा भाषाओं में विविध ऑडिऐंस सेगमेंट्स को टारगेट करते हुए हर साल कई बिलियन ईमेल्स भेजते हैं.



हमने जो हासिल किया है वह कितना ही असरदार हो, हम लगातार स्केल पर पर्सनलाइज़्ड, समय पर, और कारगर मार्केटिंग डिलीवर करने के लिए, खास तौर पर हम सालाना जितने कैम्पेन्स बनाते हैं उनकी संख्या के मुताबिक, ज़रूरी कॉन्टेंट के बहुत बड़े वॉल्यूम से जूझते रहे हैं. उदाहरण के लिए, हमारे Black Friday प्रमोशन्स के लिए अलग-अलग चैनल्स, ऑडिऐंसेज़, और ग्लोबल मार्केट्स में अलग-अलग प्रोडक्ट लाइन के लिए दसियों हजार एसेट्स और वैरिएशंस बनाने की ज़रूरत है. साल 2023 में हमने इस एक कैम्पेन के लिए 52,000 एसेट्स जेनरेट की. इस बड़ी कोशिश के लिए हमारे बहुत से स्टूडियो और एजेंसी रिसोर्सिज़ की ज़रूरत पड़ी और इससे अन्य प्रोजेक्ट्स के लिए कॉन्टेंट की कमी हो गई. तेज़ी से कॉन्टेंट न बना पाना, एडजस्ट, या रिफ्रेश न कर पाने का आमतौर पर यह मतलब होता था कि मार्केटिंग कैम्पेन्स पुराने हो गए हैं या अब उतने असरदार नहीं रहे, जिससे कस्टमर का इंगेजमेंट कम होता है और निवेश पर रिटर्न (ROI) कम होता है.

## एसेट

एक डिजिटल डॉक्युमेंट, इमेज़, वीडियो, या ऑडियो फ़ाइल जिसके बहुत से वैरिएशंस, सब-एसेट्स, या लेयर्स हो सकते हैं.



## जिन चैलेंजेज़ का हमने सामना किया.

आज की कॉन्टेंट की भूखी दुनिया में अन्य कई एंटरप्राइज़ मार्केटिंग ऑर्गनाइज़ेशंस की तरह हमने बेशुमार चैलेंजेज़ का सामना किया. सबसे बड़ा चैलेंज था, लागत को कम करते हुए पर्सनलाइज़्ड कॉन्टेंट के लिए बढ़ती हुई माँग को पूरा करना. हमारे पारंपरिक प्रोडक्शन तरीकों से हमारे वर्कफ़्लोज़ में दिक्कतें आ रही थीं और हमारा पूरा मार्केटिंग इकोसिस्टम धीमा हो गया था.

### काफ़ी कॉन्टेंट और वेरिएशंस जेनरेट न कर पाने के कारण नीचे दी गई लिमिटेड शन्स का सामना करना पड़ा:

- स्केल पर कॉम्प्रिहेंसिव टेस्टिंग और सॉफिस्टिकेटेड ऑप्टिमाइज़ेशन एल्गोरिदम्स चैलेंज बने हुए थे.
- समय पर कॉन्टेंट को रिफ़्रेश और दोबारा इस्तेमाल न कर पाने से हमारे कैम्पेन की इफ़ैक्टिवनेस पर असर पड़ा.
- रेलिवेंट कॉन्टेंट की कमी और लिमिटेड रिसोर्सिज़ के कारण अलग-अलग तरह के ऑडिऐंस सेगमेंट्स को सर्व नहीं किया जा सका.
- लगातार कॉन्टेंट की कमी होने के कारण मार्केट डायनेमिक्स को रिस्पॉन्ड करने और स्केल पर समय पर मार्केटिंग डिलीवर करने की हमारी क्षमता कम हो गई.
- रीज़नल टीम के इंगलिश-लैंग्वेज एसेट्स पर ज़्यादा निर्भर करने के कारण लोकलाइज़ेशन की कोशिशें धीमी हो गईं.
- इनसाइट्स में कॉन्टेंट के असर को क्वांटिफ़ाई करने के लिए एसेट-लेवल ग्रेन्युलर डेटा की कमी थी, जिससे कैम्पेन्स को ऑप्टिमाइज़ करना मुश्किल हो गया.

# 59%

मार्केटिंग टीम, क्रिएटिव टीम से बहुत ज़्यादा माँग के कारण कॉन्टेंट बनाने के चैलेंजेज़ रिपोर्ट करती हैं.

# 41%

कंपनियाँ कस्टमर डेटा के आधार पर कॉन्टेंट को पर्सनलाइज़ करने के लिए जेनरेटिव AI का इस्तेमाल कर रही हैं या इस्तेमाल करने का प्लान कर रही हैं.

सोर्स: Adobe

# 71%

कंज़्यूमर्स ब्रांड इंटरैक्शंस को अपनी ज़रूरतों के मुताबिक बनाए जाने की उम्मीद करते हैं.

फ़ेडी कोलमैन  
वीडियो एडिटर



Adobe Stock

30-दिन के  
मुफ़्त ट्रायल से 3  
वीडियोज़ पाएँ



हमारी रिसर्च से पता चला कि 59% मार्केटिंग टीम ने क्रिएटिव टीम पर बहुत ज़्यादा माँग और कॉन्टेंट के हर नए पीस या वर्शन के लिए क्रिएटिव्स से पूछने की ज़रूरत के कारण एक जैसे चैलेंजेज़ रिपोर्ट किए. हममें से बहुत से लोग इन समस्याओं के हल ढूँढ़ रहे हैं, और ज़्यादातर रास्ते जेनरेटिव AI की ओर जा रहे हैं. हमारी [2024 Digital Trends रिपोर्ट](#) में कॉन्टेंट जेनरेटिव AI स्ट्रेटेजीज़ के लिए सबसे बड़े यूज़ केस के रूप में उभरकर सामने आया, जहाँ 41% कंपनियों ने रिपोर्ट किया कि वे अपनी पर्सनलाइज़ेशन कोशिशों में जेनरेटिव AI को लागू कर रही हैं या करेंगीं.



मीडिया और ईमेल टीम को कस्टमर्स को इंगेज करने और उनके बिज़नेस गोल्स हासिल करने के लिए सभी मार्केटिंग चैनल्स में यूनीक, ऑन-ब्रांड कॉन्टेंट के वॉल्यूम और वैराइटी की ज़रूरत होती है। आसान शब्दों में कहें, तो अब कॉन्टेंट और एक्सपीरिएंसेज़ मार्केटिंग ROI को बेहतर बनाते हैं।”

### पेट्रिक ब्राउन

वाइस प्रेसिडेंट, ग्रोथ मार्केटिंग और इनसाइट्स, Adobe



## Adobe में जेनरेटिव AI और कॉन्टेंट स्केलिंग के मौके.

साल 2022 के आखिर में जेनरेटिव AI के उभरने से हमारे ग्लोबल मार्केटिंग ऑर्गनाइज़ेशन के लिए बड़े बदलाव वाला लम्हा आया। नैचुरल लैंग्वेज प्रॉम्प्ट्स का इस्तेमाल करते हुए टेक्स्ट और इमेजेज़ बनाने के लिए इसकी ट्रांसफॉर्मेटिव ताकत को समझते हुए, हमने मार्केटर्स, क्रिएटिव्स, और डेटा साइंटिस्ट्स की क्रॉस-फ़ंक्शनल टीम तैयार की, और उन्हें इस पावरफ़ुल टेक्नोलॉजी को हमारे कॉन्टेंट क्रिएशन प्रोसेसेज़ में इंटीग्रेट करने का काम दिया। जब हम नए प्रोडक्ट्स डेवलप करते हैं, तब Adobe ज़्यादातर कस्टमर ज़ीरो होता है—हम अपने प्रोडक्ट्स को दुनिया में रिलीज़ करने से पहले अपने खुद के वर्कफ़्लोज़ में टेस्ट करते हैं। यह इनिशिएटिव सिर्फ़ नई टेक्नोलॉजी को अपनाने के बारे में नहीं था—यह मार्केटिंग में तेज़ी के ऐसे नए युग में जाने के बारे में था जिससे हमें अपनी ऑपरेशनल केपेबिलिटीज़ को रीडिफ़ाइन करने और अपने कस्टमर्स को भी ऐसा करने के लिए इम्पावर करने में मदद मिल सकती थी।

### परफ़ॉर्मेंस मार्केटर

मार्केटर जो ROI, बिक्री, और इंगेजमेंट जैसे परफ़ॉर्मेंस को बेहतर बनाने के लिए ईमेल और पेड मीडिया (डिस्पले, सोशल और वीडियो प्लेटफ़ॉर्म) के लिए कैम्पेन्स बनाता है।

### पहली वेव थी—क्रिएटिव प्रोफ़ेशनल्स को ज़्यादा प्रोडक्टिव बनाना.

खास तौर पर Photoshop और Illustrator जैसे फ़्लैगशिप प्रोजेक्ट्स में Adobe के Creative Cloud में जेनरेटिव AI के इंटीग्रेशन से प्रोडक्टिविटी में ज़बरदस्त उछाल आया। [Generative Fill in Photoshop](#) और [Generative Recolor in Illustrator](#) जैसे फ़ीचर्स से क्रिएटिव प्रोफ़ेशनल्स को एडिटिंग के उबाऊ कामों में लगने वाले

समय में बेहद कमी आई और हमारे सामने लगातार आ रहे कॉन्टेंट गैप की दिक्कत से निपटने में भी मदद मिली। क्रिएटिव प्रोसेस में तेज़ी लाने से टीम के लिए पर्सनलाइज़्ड और समय पर मार्केटिंग एसेट्स के लिए लगातार बढ़ती हुई माँग को पूरा करने के लिए हाई-क्वालिटी कॉन्टेंट का ज़्यादा वॉल्यूम तैयार करना मुमकिन हुआ, जिससे क्रिएटिव टीम अपना समय बिज़नेस को आगे ले जाने में मदद करने वाली ज़्यादा हाई-लेवल की स्ट्रैटेजीज़ पर बिता पा रही थीं।

## दूसरी वेव—मार्केटर्स को कॉन्टेंट बनाने के लिए इम्पावर करना.

एफ़िशिएंसी और प्रोडक्टिविटी में इन बड़ी कामयाबियों के बावजूद हमें कॉन्टेंट गैप को भरने के लिए अभी भी बहुत काम करने की ज़रूरत थी. 2024 की शुरुआत में, हमने अपने मार्केटर्स को जेनरेटिव AI कॉन्टेंट बनाने की केपेबिलिटीज़ से लैस किया. पारंपरिक रूप से हमारे मार्केटिंग प्रोसेस में ब्रीफ़्स लिखने, एसेट्स का इंतज़ार करने, और उसके बाद एसेट्स को रिव्यू और अप्रूवल के प्रोसेस से ले जाने के लंबे साइकल्स थे.

मार्केटर्स के लिए ब्रांड के गाइडलाइंस के हिसाब से अपने खुद के एसेट्स जेनरेट करने के लिए टूल्स डेवलप करके हम अपनी गो-टू-मार्केट स्ट्रैटेजीज़ में तेज़ी लाए, हमने कैम्पेन एजिलिटी बढ़ाई, और रिसोर्स के इस्तेमाल को ऑप्टिमाइज़ किया. इस अप्रोच से हमारी परफ़ॉर्मेंस मार्केटिंग टीम की क्षमता का इस्तेमाल करके और उन्हें जेनरेटिव AI केपेबिलिटीज़ से इम्पावर करके कॉन्टेंट गैप को भरा गया.



## हमारे मार्केटिंग ऑपरेशंस में जेनरेटिव AI को वैलिडेट करना.

हमारा पहला चैलेंज यह तय करना था कि क्या जेनरेटिव AI से ऐसे मार्केटिंग मैटीरियल्स तैयार किए जा सकते हैं जो हमारे प्रोडक्ट्स को सटीक ढंग से दिखाएँ, क्रिएटिविटी को बनाए रखें, और हमारे ब्रांड की आवाज़ के मुताबिक हो. दशकों के इनोवेशन से तैयार किया गया Adobe का ब्रांड हमारे बिज़नेस की कामयाबी के लिए बेहद अहम है. इस ट्रांसफ़ॉर्मेशन में यह ज़रूरी था कि कस्टमर के भरोसे और मार्केट में पोजीशन को बनाए रखने और जेनरेटिव AI टूल्स में इंटरनल भरोसा बनाने के लिए जेनरेटिव AI कॉन्टेंट हमारी ब्रांड आइडेंटिटी को सही तरीके से दिखाए. यह कामयाब साबित हुआ.

हालांकि एंटरप्राइज़ डिस्कशंस में AI हेल्सिनेशंस—AI-जेनरेटेड कॉन्टेंट जो फ़ैक्ट्स के हिसाब से गलत हो—को लेकर चिंताएँ थीं, लेकिन हमारे एक्सपेरीमेंट्स से पता चला कि वे वास्तविक नहीं थीं और वे यहाँ तक कि फ़ायदेमंद भी हो सकती थीं. इन AI-जेनरेटेड क्रिएटिव कोशिशों से ज़्यादातर प्रोडक्ट की सटीकता बनाए रखते हुए इनोवेटिव कॉन्टेंट मिला. अन्य डोमेन्स में जिसे ज़्यादातर जेनरेटिव AI की लिमिटेशन के तौर पर देखा जाता है, वही हमारे मार्केटिंग एप्लिकेशंस में एक अलग एडवांटेज के रूप में सामने आया, जहाँ क्रिएटिविटी अहम डिफरेंशिएटर है.

## स्केलेबल सॉल्यूशन तैयार करना.

जेनरेटिव AI हमारी क्रिएटिव और मार्केटिंग टीमों के लिए जो कामयाबी ले कर आई, उसमें हमने ऐसा प्रोडक्ट बनाने का मौका देखा जो हमारे खुद के ऑर्गनाइज़ेशन जैसे ऑर्गनाइज़ेशंस के लिए फ़ायदेमंद हो सकता है. हमारी क्रिएटिव टीमों ने जेनरेटिव AI टूल्स के आउटपुट को गाइड और रिफ़ाइन करते हुए, ऑन-ब्रांड कॉन्टेंट बनाने के लिए प्रॉम्प्ट्स बनाकर जेनरेटिव AI टूल्स पर मिलकर काम किया. जैसे-जैसे इस टेक्नोलॉजी पर हमारा भरोसा बढ़ता गया, हम ज़्यादा स्केलेबल अप्रोच की ओर बढ़ गए और हमने अपने क्रिएटिव्स और इंजीनियर्स से उनकी एक्सपर्टीज़ को किसी सिस्टम में कोडिफ़ाई करने के लिए कहा. हमने अपनी रिसर्च लैब्स और प्रोडक्ट टीमों के साथ मिलकर पार्टनरशिप की और ऐसे कंपोनेंट्स बनाए जिससे मार्केटर्स के लिए उनकी ज़्यादातर कॉन्टेंट ज़रूरतों को खुद पूरा करना मुमकिन हो सके. इस काम से एक नया प्रोडक्ट बना— परफ़ॉर्मेंस मार्केटिंग के लिए Adobe GenStudio.

बहुत-से एप्लिकेशंस की केपेबिलिटीज़ को एक साथ लाने की बजाय GenStudio for Performance Marketing ऐसा सिंगल, सेल्फ़-सर्व एप्लिकेशन है जिससे मार्केटर्स क्रिएटिव टीमों के साथ लाइटवेट पार्टनरशिप में अपने कैम्पेन्स के लिए कॉन्टेंट ड्रॉ, अडैप्ट, बना, और एनालाइज़ कर पाते हैं. इस टूल से ऑन-ब्रांड कॉन्टेंट के साथ पर्सनलाइज़्ड एक्सपीरिएन्सेज़ की माँग को पूरा करने, कस्टमर्स को इंगेज रखने के लिए कैम्पेन्स को रिफ़्रेश करने, और डायनेमिक मार्केट ट्रेन्ड्स को रिस्पॉन्ड करने में मदद मिलती है. रियल-टाइम इनसाइट्स से परफ़ॉर्मेंस मार्केटर्स एसेट और कैम्पेन्स के असर और परफ़ॉर्मेंस को ज़्यादा से ज़्यादा करने के लिए एसेट के इस्तेमाल और कैम्पेन्स को ऑप्टिमाइज़ करना जारी रख सकते हैं.

## जेनरेटिव AI ने हमारी पूरी न हुई ज़रूरतों को कैसे पूरा किया.

जब हमने GenStudio for Performance Marketing डेवलप कर लिया, तब हमारे वर्कफ़्लो में इंटीग्रेशन के लिए एक नयी-तुली अप्रोच अपनाई गई. हमने अपने चैलेंजेज़ को जाना और हरेक पर जेनरेटिव AI के असर को मेज़र करने के लिए खास यूज़ केसेज़ की जाँच की. हमने जो पाया, वह यहाँ दिया गया है.



Adobe GenStudio for Performance Marketing मॉडर्न डिजिटल मार्केटर के लिए गेम चेंजर है. हमारी मार्केटिंग टीमों पेड सोशल ऐड्स और मार्केटिंग ईमेल्स के लिए ज़्यादा तेज़ी से ज़्यादा ऑन-ब्रांड एसेट्स प्रोड्यूस कर रही हैं. इसका मतलब है, अधिक पर्सनलाइज़ेशन के ज़रिए बेहतर कस्टमर जर्नीज़, और हर प्रोग्राम में थकान को कम करके और कॉन्टेंट के वॉल्यूम और डायवर्सिटी को बढ़ाकर ROI में बढ़ोतरी."

### पेट्रिक ब्राउन

वाइस प्रेसिडेंट, ग्रोथ मार्केटिंग और इनसाइट्स, Adobe



# 1. ईमेल और पेड सोशल के लिए स्केल पर टेस्टिंग.

**चैलेंज:** हमारे मार्केटर्स के लिए बजट और समय की मुश्किलों को देखते हुए जनरेट किए जा सकने वाले मुख्य रूप से कॉन्टेंट वेरिएशंस की कमी के कारण ईमेल और पेड सोशल कैम्पेन्स की बड़े पैमाने पर टेस्टिंग करना मुश्किल था. परफॉर्मेंस डेटा के आधार पर कॉन्टेंट को ऑप्टिमाइज़ न कर पाने के कारण इंजमेंट रेट्स और कन्वर्शन मेट्रिक्स कम रहे. जब टेस्टिंग मुमकिन थी, तब हम सब्जेक्ट लाइन और प्री-हेडर के सिर्फ़ दो वर्शन्स को टेस्ट कर पाए, पूरे ईमेल को नहीं. पेड मीडिया के लिए हम ज़्यादातर सिर्फ़ एक या कभी-कभी दो वेरिएशंस बना पाए, जिससे सोशल प्लेटफॉर्म की बेहतरीन टार्गेटिंग के पेबिलिटीज़ का लाभ उठाना मुश्किल हो गया.

**8.5%**  
**ओपन रेट्स में बढ़ोतरी**  
**GenStudio for Performance Marketing** से, हम हर दो हफ्तों में नई सब्जेक्ट लाइन्स बदल सकते हैं और टेस्ट कर सकते हैं, और ओपन रेट्स में 8.5% की बढ़ोतरी दे सकते हैं.




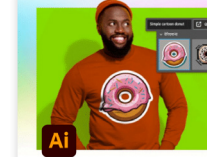

**A/B/n टेस्ट**  
 A/B टेस्टिंग का एक्सटेंशन जिसमें यह समझने के लिए कॉन्टेंट के दो से ज़्यादा वेरिएशंस—जैसे वेबपेज, ईमेल, या डिजिटल एसेट—की तुलना की जाती है कि बिज़नेस आउटकम्स को बेहतर बनाने के लिए कॉन्टेंट का कौन-सा वेरिएशन बेहतरीन है.

**सॉल्यूशन:** हर प्रॉम्प्ट के साथ परफॉर्मेंस मार्केटिंग के लिए GenStudio रिक्वेस्ट किए गए हरेक एसेट के हमारे टार्गेट लोगों और प्रोडक्ट्स से अलाइन किए गए अलग-अलग हैडलाइन्स, सब्जेक्ट, और बॉडी कॉपी के साथ कम से कम चार वेरिएशंस जनरेट करता है. अब हम Adobe की ब्रांड गाइडलाइन्स के मुताबिक पूरे ईमेल्स और पेड सोशल एड्स के बहुत-से कॉन्टेंट वेरिएशंस को तेज़ी से जनरेट और टेस्ट कर सकते हैं. ईमेल के लिए हम सब्जेक्ट लाइन्स, बॉडी कॉपी, इमेजेज़, और कॉल्स-टू-एक्शन समेत कॉन्टेंट के अलग-अलग एलीमेंट्स में A/B/n टेस्ट्स और मल्टीवेरिएट एनालिसिस करते हैं. पेड सोशल के लिए, हमने सही ऑडिएंस को सही कॉन्टेंट सर्व करने के लिए Facebook और Instagram के ऑप्टिमाइज़ेशन एल्गोरिदम्स का इस्तेमाल किया.

**असर:** हमारे पहले जनरेटिव AI-पावर्ड ईमेल टेस्ट्स में से एक में हमने Adobe Photoshop के लिए ईमेल के पाँच वर्शन्स को तेज़ी से बनाया और टेस्ट किया, जिससे क्लिक-थ्रू रेट्स में 10% से ज़्यादा की बढ़ोतरी हुई. इसी स्ट्रैटेजी का इस्तेमाल करते हुए बाद के एक टेस्ट में हमने Adobe Illustrator के लिए ईमेल कैम्पेन में क्लिक रेट्स में 57% की ज़बरदस्त बढ़ोतरी हासिल की. कॉन्टेंट बनाने की स्पीड से हम हर दो हफ्तों में एक चालू कैम्पेन के लिए नई सब्जेक्ट लाइन्स भी टेस्ट कर पाए, जिससे ओपन रेट्स में 8.5% की बढ़ोतरी हुई. पेड सोशल के लिए, इमेज़ और टेक्स्ट के पाँच अलग-अलग कॉन्टेंट वेरिएशंस के साथ Adobe Creative Cloud के लिए एक कैम्पेन से इसके पहले के इसी तरह के कैम्पेन्स की तुलना में ROI में 10% का सुधार हुआ. टेस्टिंग के स्केल और स्पीड ने कॉन्टेंट ऑप्टिमाइज़ेशन के लिए हमारी अप्रोच को पूरी तरह से बदल दिया, जिससे हमारी मार्केटिंग परफॉर्मेंस और एफ़िशिएंसी बेहद बेहतर हुई.

# CTR में 57% की बढ़ोतरी

जेनरेटिव AI-पावर्ड टेस्ट में, Adobe Illustrator ईमेल कैम्पेन के ज़रिए दूसरे वेरिएंट्स के मुक़ाबले क्लिक रेट्स में 57% की बढ़ोतरी हासिल की गई.

1	2	3	4	5
 <p><b>जेनरेटिव AI से अपने डिज़ाइन्स बनाने में तेज़ी लाएँ.</b></p>	 <p><b>Generative AI. बेहतरीन इलस्ट्रेशन्स के लिए आपका शॉर्टकट.</b></p>	 <p><b>जेनरेटिव AI से तेज़ी से आइडिया को आर्ट में बदलें</b></p>	 <p><b>जेनरेटिव AI. इलस्ट्रेशन में आपका क्रिएटिव पार्टनर.</b></p>	 <p><b>Illustrator में AI से अपने आइडियाज़ को हकीकत में बदलें.</b></p>

## 2. कॉन्टेंट को तेज़ी से रिफ्रेश और दोबारा इस्तेमाल करें.

**चैलेंज:** कॉन्टेंट को लगातार अपडेट करने से कैम्पेन की परफॉर्मेंस में सुधार होता है और ऐड का उबाऊपन कम होता है. उदाहरण के लिए, Meta ऐड एसेट्स को हर तीन से चार हफ्तों में रिफ्रेश करने की सिफ़ारिश करता है. हमारी कॉन्टेंट की पूरी न हुई ज़रूरतों के कारण हमारे पास अपने पेड मीडिया कैम्पेन्स को लगातार अपडेट करने के लिए ज़रूरी कॉन्टेंट नहीं था. ज़्यादातर कॉन्टेंट पुराना हो जाता था क्योंकि हम सिर्फ़ तीन महीनों में एक बार कॉन्टेंट को रिफ्रेश कर पाते थे, और कुछ एसेट्स छह महीनों से ज़्यादा समय के लिए मार्केट में रह जाते थे. हाई-कालिटी, अप्रूव्ड और इस्तेमाल किए गए एसेट्स की बहुत बड़ी लाइब्रेरी होने के बावजूद मौजूदा कॉन्टेंट को रीपरफ़्रेश या रीमिक्स करने में उतना ही समय लगता था जितना नए एसेट्स बनाने में लगता था.

**सॉल्यूशन:** हमारे डिजिटल एसेट मैनेजमेंट (DAM) सिस्टम को जेनरेटिव AI के पेबिलिटीज़ के साथ इंटीग्रेट करके, GenStudio for Performance Marketing हमें हमारी क्रिएटिव टीम से ऑरिजिनल डिज़ाइन्स के आधार पर मौजूदा एसेट्स के अपडेटेड वर्शंस जेनरेट करने के लिए इम्पावर करता है. अब मार्केटर्स तेज़ी से मौजूदा अप्रूव्ड एसेट्स को एक्सेस, एडिट, और रीमिक्स कर सकते हैं. मसलन, किसी सोशल मीडिया कैम्पेन से किसी कामयाब हीरो इमेज़ को जेनरेटिव AI से बनाए गए हैडलाइन्स के नए सेट के साथ रिफ्रेश किया जा सकता है या नया ईमेल कैम्पेन बनाने के लिए रीपरफ़्रेश किया जा सकता है.

**असर:** मार्केटर्स को कॉन्टेंट को दोबारा इस्तेमाल करने और रिफ्रेश करने में इनेबल करने से ईमेल बनाने का प्रोसेस दो से तीन हफ्तों से घटकर सिर्फ़ दो से तीन दिन रह गया है और इससे हमें मार्केट करने में लगने वाला समय बेहद कम हो गया है. अब हम अलग-अलग लोगों के लिए अलग-अलग कॉपी के साथ उसी हीरो इमेज़ का इस्तेमाल करते हुए आसानी से ईमेल कॉन्टेंट को दोबारा इस्तेमाल कर सकते हैं. एक उदाहरण में किसी Adobe Illustrator 2023 कैम्पेन के लिए बनाई गई हाई-परफॉर्मिंग हीरो इमेज़ को बहुत-से एडिशनल ईमेल कैम्पेन्स बनाने के लिए रीपरफ़्रेश किया गया है. हीरो इमेजेज़ पर हैडलाइन्स या कॉल्स-टू-एक्शन जैसे हाई-परफॉर्मिंग एलीमेंट्स के साथ तेज़ी से अडैप्ट करने से हमारी कैम्पेन एजिलिटी में बेहद सुधार हुआ है. टेस्टिंग के स्केल और स्पीड ने कॉन्टेंट ऑप्टिमाइज़ेशन के लिए हमारी अप्रोच को पूरी तरह से बदल दिया, जिससे हमारी मार्केटिंग परफॉर्मेंस और एफ़िशिएंसी बेहद बेहतर हुई.

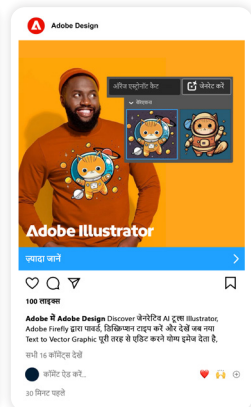
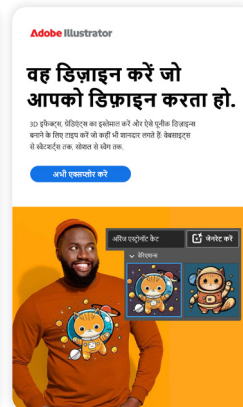
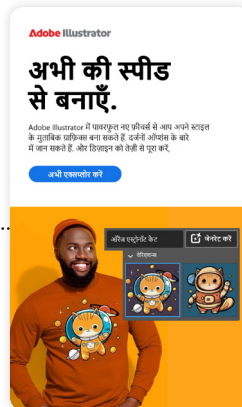
## 3 हफ्तों से 3 दिन

जेनरेटिव AI से तेज़ ईमेल क्रिएशन प्रोसेस और बेहतर प्रोडक्टिविटी.

इस एसेट को एक डिज़ाइनर ने  
जेनरेटिव AI से बनाया है...



ये नए एसेट्स GenStudio for  
Performance Marketing से बनाए गए हैं.





### 3. मार्केटर्स को नए ऑडिएंसेज़ के लिए नया, यूनीक कॉन्टेंट बनाने दें.

**चैलेंज:** लिमिटेड रिसोर्सेज़ के कारण अलग-अलग तरह के ऑडिएंस सेगमेंट्स के लिए पर्सनलाइज़्ड कॉन्टेंट बनाना मुश्किल हो गया था, जिससे मौके छूट रहे थे और हमारे पूरे कस्टमर बेस में खराब इंगेजमेंट हो रहा था. उदाहरण के लिए, हमारी लाइफ़साइकल मार्केटिंग टीम हमारे नॉर्थ अमेरिकन एक्ज़िजिशन प्रोग्राम्स के लिए 12 अलग-अलग ऑडिएंसेज़ को सर्व करने की कोशिश करती है, लेकिन आमतौर पर कॉन्टेंट की कमी के कारण हम रेग्यूलर बेसिस पर सिर्फ़ 6 को सर्विस दे पाते थे. हमारी टीम कॉन्टेंट की कमी के कारण पेड मीडिया में खास ऑडिएंसेज़ और इवेंट्स को टारगेट नहीं कर सकी. हम मौटे तौर पर 13 प्रोडक्ट्स को एडवर्टाइज़ कर सके लेकिन हमारे पास सभी सोशल प्लेटफ़ॉर्म पर हरेक पर्सोना के लिए अलग-अलग मेसेजिंग और कॉन्टेंट बनाने के लिए पर्सोना-स्पेसिफ़िक एसेट्स की कमी थी.

**सॉल्यूशन:** जेनरेटिव AI से कॉन्टेंट बनाने की स्पीड और एजिलिटी से हमारे मार्केटर्स ऑडिएंसेज़ की प्रेफ़रेंसेज़ के मुताबिक कॉन्टेंट के साथ ज़्यादा ऑडिएंसेज़ को टारगेट कर पाते हैं. GenStudio for Performance Marketing से अलग-अलग ऑडिएंसेज़ के लिए सभी चैनल्स पर ऑन-ब्रांड वेरिएशंस बनाने के लिए उसी प्रॉम्प्ट का इस्तेमाल करते हुए और टारगेट पर्सोना को बदलते हुए कॉन्टेंट को पर्सनलाइज़ करना आसान हो जाता है.

**असर:** अब हम रेलिवेंट कॉन्टेंट के साथ अपने ज़्यादा कस्टमर बेस को इंगेज कर रहे हैं जिससे अलग-अलग तरह के ऑडिएंस सेगमेंट्स में बेहतरीन मार्केटिंग नतीजे मिल रहे हैं. हमारी लाइफ़साइकल मार्केटिंग टीम ने हमारे नॉर्थ अमेरिकन एक्ज़िजिशन कैम्पेन्स के लिए पर्सनलाइज़्ड कॉन्टेंट के साथ उनके द्वारा सर्व किए जाने वाले अलग-अलग ईमेल एक्सपीरिएंसेज़ और ऑडिएंसेज़ की संख्या को दोगुना कर दिया है. अब हम अपने सभी 12 ऑडिएंसेज़ तक रेग्यूलर रूप से पहुँच सकते हैं, जिससे हमारी आमदनी के टारगेट्स हासिल करने में तेज़ी आ रही है. पेड मीडिया के लिए GenStudio for Performance Marketing से हम सही ऑडिएंस को सही कॉन्टेंट डिलीवर करने के लिए सोशल प्लेटफ़ॉर्म एल्गोरिदम का बेहतर इस्तेमाल करने के लिए काफ़ी कॉन्टेंट बना पाते हैं.

#### लाइफ़साइकल मार्केटर

कस्टमर्स को उनकी पूरी जर्नी में ब्रांड के साथ इंगेज करने के लिए मार्केटिंग स्ट्रैटेजीज़ डेवलप और एग्ज़िक्यूट करता है.

# 100%

## टारगेट ऑडिएंसेज़ तक पहुँचा गया

लाइफ़साइकल मार्केटिंग टीम ने डिलीवर किए जाने वाले अलग ईमेल एक्सपीरिएंसेज़ के वॉल्यूम और पर्सनलाइज़्ड कॉन्टेंट रिसीव करने वाले ऑडिएंसेज़, दोनों को दोगुना कर दिया है.



विचार

Adobe Lightroom

पोर्ट्रेट्स एक टैप से पॉप हो जाते हैं.

आज ही अपनी विजुअल कहानियों को क्राफ़्ट करना शुरू करें. Adobe Lightroom में एक सिंगल टैप Lens Blur आपको भटकाने वाले एसीमेंट्स को पीछे छोड़ते हुए आपके सब्जेक्ट को साकार कर देता है.

अभी आजमाएं

कन्वर्शन

Adobe Lightroom

फ़ोकस कहानियों को शार्प बनाता है.

Adobe Photoshop Lightroom आपको कहानी सुनने की आर्ट को गहराई से जानने के लिए इनसाइट करता है. AI-पावर्ड Lens Blur से आप सिर्फ़ आपके लिए ज़रूरी चीज़ पर फ़ोकस करते हुए आसानी से अपने फ़ोटोज़ में परफ़ेक्ट नेरेटिव क्राफ़्ट कर सकते हैं.

अभी आजमाएं

## 4. रियल-टाइम मार्केटिंग और रिस्पॉन्सिवनेस को सुविधाजनक बनाएँ.

**चैलेंज:** मौजूदा इवेंट्स और मार्केट मौकों का लाभ उठाने के लिए सही समय के अंदर कॉन्टेंट न बना पाने से हमने आमदनी के मौके गवाएँ और हमारी मार्केट रिलिवेंस कम हुई. हमारी तीन-हफ्तों की प्रोडक्शन टाइमलाइन के कारण हम अक्सर समय पर कैम्पेन्स के लिए अहम विंडोज़ से चूक गए, खास तौर पर सीजनल इवेंट्स और उभरते हुए ट्रेंड्स के लिए.

**सॉल्यूशन:** GenStudio for Performance Marketing से हमारा ऑन-ब्रांड कॉन्टेंट बनाने का प्रोसेस हफ्तों से दिनों या घंटों में बदल गया, जिससे हम रियल टाइम में इवेंट्स के लिए बेहतर ढंग से रिएक्ट कर पाते हैं. मार्केटर्स इंडिपेंडेंट रूप से कॉन्टेंट बना सकते हैं जिससे एसेट्स के लिए इंतज़ार का समय बहुत कम हो जाता है. वे कैम्पेन्स को रिफ्रेश करने और मार्केट ट्रेंड्स के मुताबिक अलाइन रहने के लिए कस्टमर्स को इंगेज करने और रियल-टाइम परफॉर्मेंस डेटा को एनालाइज़ करने के लिए एसेट्स को ढूँढ़, बना, और अडैप्ट कर सकते हैं.


**असर:** GenStudio for Performance Marketing से हम ऐसे कैम्पेन्स बना और डिलीवर कर पाए हैं जो पहले हमारी पहुँच से बाहर थे. हम साल 2023 में Adobe Creative Cloud के लिए हमारा सबसे पहले फ़ॉल-थीम वाला पेड सोशल कैम्पेन कामयाबी के साथ एग्ज़िक्यूट कर पाए जिससे हमें ऐसे दूसरे कैम्पेन्स के मुकाबले 9% ज़्यादा ROI मिला. हाल ही में हमने Creative Cloud के लिए Summer Olympic Games कैम्पेन डिलीवर किया, जो विदेशी मार्केट में हमारे वीकली फ़ायनांशियल नतीजों के मजबूती के साइन्स दिखाने के ठीक बाद बनाया गया था. इस नई एजिलिटी से हमारे मार्केट रिस्पॉन्सिवनेस में सुधार हुआ और हमारी कैम्पेन परफॉर्मेंस और कुल मिलाकर मार्केटिंग असर बेहतर हुआ.

## 9% ROI बढ़ोतरी

जेनेरेटिव AI से, Creative Cloud के लिए हमारे सबसे पहले फ़ॉल-थीम वाले पेड सोशल मीडिया कैम्पेन से इस तरह के दूसरे कैम्पेन्स के मुकाबले 9% ज़्यादा ROI हासिल की गई.

Adobe Creative Cloud  
स्वींचर किया गया


Adobe से बेशुमार क्रिएटिव संभावनाओं को जानें  
Creative Cloud All Apps.



ADOBE.COM  
डिज़ाइन करें. इन्फोस्टेट करें. इंसपयार करें. दोहराएँ. [ज्यादा जानें](#)

Adobe Creative Cloud  
स्वींचर किया गया


20+ ऐप्स से अपने आइडियाज़ को साकार करें.



ADOBE.COM  
Adobe Creative Cloud से और अधिक की कल्पना करें. [ज्यादा जानें](#)

Adobe Creative Cloud  
स्वींचर किया गया


Adobe Creative Cloud All से अपनी क्रिएटिविटी को बाहर  
लाएँ ऐप्स.



ADOBE.COM  
अपनी दुनिया अपने तरीके से डिज़ाइन करें. [ज्यादा जानें](#)

Adobe Creative Cloud  
स्वींचर किया गया


Adobe Creative Cloud से अपने विज़न को हकीकत में बदलें  
सभी ऐप्स.



ADOBE.COM  
क्रिएटिव ब्रेकथ्रू के लिए. आपका टूटबाँस. [ज्यादा जानें](#)


Adobe Creative Cloud  
Sponsored

Explore endless creative possibilities with Adobe  
Creative Cloud All Apps.




Adobe Creative Cloud  
Sponsored

Bring your ideas to life with 20+ apps.




Adobe Creative Cloud  
Sponsored

Unleash your creativity with Adobe Creative Cloud All  
Apps.



Adobe Creative Cloud  
Sponsored

Turn your vision into reality with Adobe Creative Cloud  
All Apps.





## 5. रीजनल मार्केटिंग टीम के लिए लोकलाइज़ेशन और एजिलिटी में सुधार करना.

**चैलेंज:** 50 से ज़्यादा देशों को रिप्रेजेंट करने वाली हमारी चार रीजनल Adobe मार्केटिंग टीम बजट की मुश्किलों के कारण लोकलाइज़्ड इंगलिश-लैंग्वेज मैटीरियल्स पर बहुत ज़्यादा निर्भर थीं और उन्हें कल्चरल रूप से रिलिवेंट कॉन्टेंट बनाने में परेशानी होती थी. इस अप्रोच में बहुत लंबा समय लगता था और इससे लोकल ऑडिएंसज़ पर बेहतर असर पड़ रहा था.

**सॉल्यूशन:** GenStudio for Performance Marketing में मल्टी-लैंग्वेज केपेबिलिटीज़ से हमारी रीजनल टीम अपनी प्राइमरी लैंग्वेज में तेज़ी से और इंडिपेंडेंट रूप से लोकलाइज़्ड कॉन्टेंट के साथ अपने खुद के कैम्पेन्स बनाने में कामयाब हुईं. इसके अलावा इंटरनेशनल टीम ब्रांड स्टैंडर्ड्स को बनाए रखते हुए कल्चरल बारीकियों को ध्यान में रखते हुए ग्लोबल कैम्पेन्स को तेज़ी से लोकलाइज़ कर सकती हैं. जेनरेटिव AI से एसेट का दोबारा इस्तेमाल किया जा सकता है और हरेक रीज़न के लिए दर्जनों ऐड वेरिएशंस तेज़ी से जेनरेट किए जा सकते हैं.

**असर:** Adobe के लिए कॉन्टेंट बनाने के इस डीसेंट्रलाइज़ेशन से सभी इंटरनेशनल मार्केट्स में मार्केटिंग एजिलिटी में सुधार हुआ है. हमारी जापानी मार्केटिंग टीम टेस्टिंग को स्केल करने के लिए अपनी खुद की लैंग्वेज में कॉन्टेंट बनाने की संभावना के बारे में रोमांचित थी. हमने टीम को GenStudio for Performance Marketing की जानकारी दी और कुछ ही दिनों में उन्होंने मौजूदा Document Cloud ईमेल कैम्पेन के लिए नई सब्जेक्ट लाइन्स बनाईं और टेस्ट कीं. इस टेस्ट से बेहतरीन परफ़ॉर्म करने वाली सब्जेक्ट लाइन के साथ क्लिक-थ्रू रेट्स में 10% तक की बढ़ोतरी हुई, और टीम का मार्केटिंग ऑपरेशंस में अपनी टेस्टिंग को बढ़ाने का प्लान है. अब हम इस केपेबिलिटी को अपनी अन्य रीजनल टीम की ओर बढ़ा रहे हैं.

Localize

Adobe Creative Cloud

AIで写真の可能性を広げよう

Adobe Photoshopの「生成拡張」機能を活用して、画像のキャンパスを自然に広げ、新しい内容を加えましょう。AIの力で、創造性をさらに引き出します。無料トライアルで、この革新的な機能を体験してください。

試してみる

Before

Adobe Document Cloud

Adobe Acrobatのプランと価格についてオンラインで比較しましょう。

プランと価格を比較する

再開発等促進区を定める地区計画

第1 総則

目的

PDF並べ替え後のページ番号の修正

必要なページを抜粋したり、並べ替えた後のページ番号の処理、どのようにしていますか? Acrobatならページ編集後のページ番号の修正も簡単に処理できます。せっかくなら細部まで気を配った資料を作成しましょう。

詳しく見る

**10%**

ईमेल क्लिक-थ्रू रेट्स में बढ़ोतरी

जापान में हमारी मार्केटिंग टीम ने Document Cloud ईमेल कैम्पेन के लिए नई सब्जेक्ट लाइन्स बनाईं और टेस्ट कीं और बेहतरीन परफ़ॉर्म करने वाली सब्जेक्ट लाइन के साथ क्लिक-थ्रू रेट्स में 10% तक की बढ़ोतरी की.

## 6. इनसाइट्स को क्रिएटिव प्रोसेस में लाएँ.

**चैलेंज:** पारंपरिक मार्केटिंग एनालिटिक्स एक्सट्रेक्ट डेटा पर बहुत ज़्यादा निर्भर करता था, जिससे कॉन्टेंट और परफॉर्मंस मेट्रिक्स के बीच डिसकनेक्ट बन जाता था. हमें यह पता लगाने में परेशानी हुई कि हमारे इमेजेज़ या कॉपी के कौन से एलीमेंट्स—जैसे रंग, आकृतियाँ, सब्जेक्ट्स, कीवर्ड्स, या आवाज़ की टोन—ऑडिेंसेज़ के मुताबिक थे. इसकी बजाए, हम सुधार के लिए अक्सर इंटर्यूशन पर निर्भर करते थे और अपने आप को अलग-अलग मार्केटिंग इनिशिएटिव्स में लगातार कामयाबियों को दोहराने में नाकाम पाते थे.

### इस ऐड ने अच्छा परफॉर्म किया. लेकिन क्यों?

मल्टीकलर बैकग्राउंड  
दाई और का व्यक्ति  
नीचे बाई और लोगो  
मेसेज  
सफ़ेद टेक्स्ट  
सॉफ़्ट फ़ोकस  
प्रोडक्ट को मेशन करता है  
"टेंडर मोमेंट" को डिफ़िनेट करता है

परसैन  
बहुत अधिक नीला  
रंगीन वाल  
बिल्ली  
इंडोर्स  
इमेज चौकोर है  
इसमें 'bestie' शब्द है  
बोल्ड टाइफ़्रेस

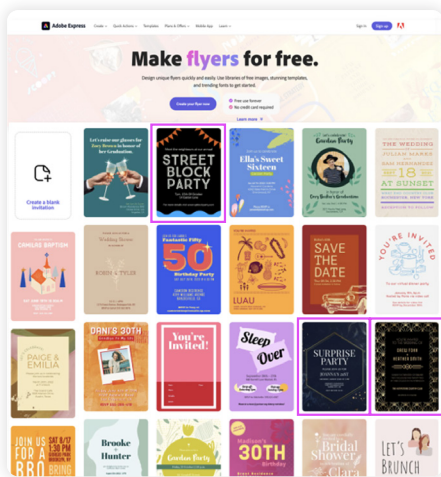
### सॉल्यूशन: GenStudio for Performance

Marketing ने इनसाइट्स को प्रोसेस में सबसे पहले लाकर कॉन्टेंट बनाने के लिए हमारी अप्रोच बदली. यह एप्लिकेशन पब्लिश किए गए हरेक मार्केटिंग एसेट को लेता है और बैकग्राउंड और फोरग्राउंड रंगों, थीम्स, ऑब्जेक्ट्स, मूड, आवाज़ की टोन, फ़ॉर्मेट्स जैसे सभी रेलिवेंट एट्रिब्यूट्स को एक्सट्रैक्ट करते हुए AI फ़ीचराइज़ेशन सर्विसेज़ में इसे रन करता है. उसके बाद इन फ़ीचर्स को हर एसेट के परफॉर्मंस डेटा के साथ जोड़ा जाता है, और कुल मिलाकर, इनका इस्तेमाल "इस रीज़न या देश में इस प्रोडक्ट या कस्टमर सेगमेंट के लिए कौन-सा बैकग्राउंड रंग सबसे ज़्यादा इंगेजमेंट लाता है?" जैसे सवाल के जवाब देने के लिए किया जा सकता है.

**असर:** डेटा-ड्रिवन अप्रोच अपनाने से हमारा क्रिएटिव प्रोसेस लगातार सुधार के एक दोहराई जाने वाले साइकल में बदल गया है जहाँ इनसाइट्स फ़्यूचर की स्ट्रैटेजीज़ और ज़्यादा असरदार कैम्पेन्स की जानकारी देते हैं. एक उदाहरण में हमारी वेबसाइट पर एसेट्स पर इनसाइट्स लागू करने से पता चला कि हमारे Adobe Express टेम्पलेट पेजेज़ में एक खास रंग से टेम्पलेट डाउनलोड्स के साथ बेहतर इंगेजमेंट हुआ. इसे देखते हुए हमने उस रंग के टेम्पलेट्स की संख्या बढ़ा दी, जिससे डाउनलोड्स 35% तक बढ़ गए. देखे गए सबूत के आधार पर क्रिएटिव फ़ैसले लेकर हम खुद को डेटा-ड्रिवन मार्केटिंग इन्वैशन में आगे ले आए हैं.

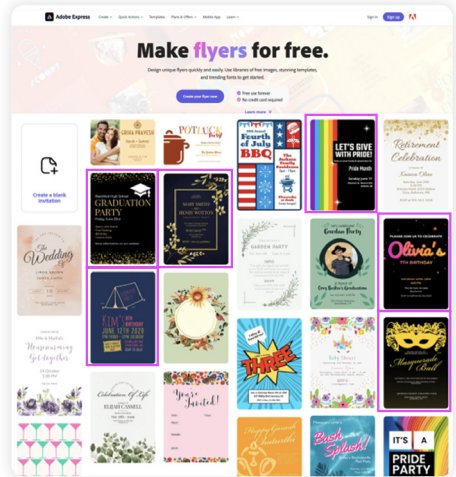
### कंट्रोल

कम डार्क टेम्पलेट्स



### टेस्ट

ज़्यादा डार्क टेम्पलेट्स



**35%**  
बढ़ोतरी  
डाउनलोड्स में

सबसे ज़्यादा पॉपुलर  
टेम्पलेट कलर के बारे में  
इनसाइट्स को अप्लाय  
करने से डाउनलोड्स में  
35% बढ़ोतरी हुई.

# मैनेजमेंट और ऑर्गनाइज़ेशनल तैयारी को बदलें.

मार्केटिंग में जेनरेटिव AI को अपनाने से बदलाव लाने वाली काबिलियत आती है, लेकिन अगर इसे मौजूदा ऑर्गनाइज़ेशनल स्ट्रक्चर्स और वर्कफ़्लो में ज़बरदस्ती डाला जाता है तो इसका असर बहुत कम हो जाएगा. इस टेक्नोलॉजी की पूरी ताकत को अनलॉक करने के लिए ऑर्गनाइज़ेशंस को लोगों, प्रोसेसज़, और टेक्नोलॉजी में अहम बदलाव लाने होंगे.

## बदलाव मैनेजमेंट

वह प्रोसेस जिससे कोई ऑर्गनाइज़ेशन लोगों और टीम को कम-से-कम रुकावट के साथ आसानी से ट्रांजिशन करने के लिए ऑपरेटिंग के नए तरीकों के साथ अलाइन करता है.

## 1. लोग—इवॉल्व होते रोल्स, स्किल सेट्स और कल्चर.

कामयाब बदलाव मैनेजमेंट हमेशा ऑर्गनाइज़ेशन में लोगों से शुरू होना चाहिए.

### नए रोल्स.

जेनरेटिव AI के इंटीग्रेशन के लिए मार्केटिंग ऑर्गनाइज़ेशन के अंदर नए रोल्स बनाने की ज़रूरत है. इनमें सबसे अहम है, पारंपरिक मार्केटिंग समझ को AI प्रॉफ़िशिएंसी और AI की क्षमता और लिमिट्स की समझ के साथ मिलाते हुए जेनरेटिव AI द्वारा इम्पावर्ड मार्केटर का नया मॉडल.

इन नेक्स्ट-जेनरेशन मार्केटर्स की ग्रोथ को बढ़ावा देकर कंपनियाँ अपने इनिशिएटिव्स में ज़बरदस्त इनोवेशन, एफ़िशिएंसी, और असर हासिल करते हुए जेनरेटिव AI का पूरी तरह से लाभ उठा सकती हैं. इसके अलावा क्रिएटिव टेक्नोलॉजिस्ट्स, जेनरेटिव AI क्रिएटिव डायरेक्टर्स, कॉपी एडिटर, और डिज़ाइनर्स जैसे रोल्स ब्रांड की इंटीग्रिटी और क्वालिटी कंट्रोल बनाए रखने के लिए अहम हो जाते हैं.

### जेनरेटिव AI-पावर्ड एनवायरनमेंट में अहम रोल्स और ज़िम्मेदारियाँ.

**परफ़ॉर्मंस मार्केटर्स** को कॉन्टेंट बनाने और कैम्पेन मैनेजमेंट के लिए बेहतर अप्रोच अपनानी होगी. वे हाई-परफ़ॉर्मिंग कैम्पेन्स बनाने के लिए पारंपरिक ब्रीफ़िंग और क्रिएटिव साइकल्स, जिनमें अक्सर हफ़्तों लगते हैं, को फ़ॉलो करने की बजाय जेनरेटिव AI का इस्तेमाल करते हैं.

**जेनरेटिव AI के क्रिएटिव डायरेक्टर्स** विशाल ब्रांड गाइडलाइन्स बनाते हैं और इन्हें मेटेन करते हैं. वे परफ़ॉर्मंस मार्केटर्स को दिखाते हैं कि इन गाइडलाइन्स को सभी आउटपुट्स में ब्रांड कंसिस्टेंसी के लिए AI-ड्रिवन कॉन्टेंट क्रिएशन में कैसे लागू किया जाए.

**जेनरेटिव AI कॉपी एडिटर** AI-जेनरेटेड कॉपी के रिव्यू, एडिटिंग, और अप्रूवल की निगरानी करते हैं. वे आवाज़ की टोन, चैनल्स, और अन्य ब्रांड गाइडलाइन्स बनने के लिए जेनरेटिव AI क्रिएटिव डायरेक्टर्स के साथ मिलकर काम करते हैं.

**जेनरेटिव AI डिज़ाइनर्स** विज़ुअल कॉन्टेंट को लगातार स्ट्रीम करने के लिए [Adobe Firefly](#) और [GenStudio for Performance Marketing](#) जैसे AI टूल्स का इस्तेमाल करते हैं. वे प्रीअप्रूव्ड इमेजेज़ की बड़ी रिपॉज़िटरी बनाते हैं और मार्केटर्स द्वारा जेनरेट किए गए क्रिएटिव एसेट्स को क्वालिटी कंट्रोल के लिए रिव्यू और अप्रूव करते हैं.

**जेनरेटिव AI पायलट लीड्स** ग्लोबल मार्केटिंग ऑर्गनाइज़ेशन में जेनरेटिव AI इनिशिएटिव्स को कामयाबी से इंप्लीमेंट करते हैं और एग्ज़िक्यूटिव लीडरशिप के साथ लॉकस्टेप में जेनरेटिव AI टेक्नोलॉजीज़ में लगातार सुधार और इन्हें अपनाने के लिए गाइड करते हैं.





Adobe GenStudio for Performance Marketing मेरे लिए वैल्यूएबल टूल है। इससे मुझे खर्चों और डेवलपमेंट में लगने वाले समय में बड़ी कटौती करते हुए तेज़ी से कस्टमर-फ़ेसिंग कॉन्टेंट जेनरेट करने में मदद मिलती है। मेरे पास एक्सपेरीमेंट्स रन करने और तेज़ इनसाइट्स पाने के लिए कॉन्टेंट वेरिएशंस बनाने के लिए ज़्यादा आज़ादी और फ़्लेक्सिबिलिटी है। मैं यह देखने के लिए रोमांचित हूँ कि जेनरेटिव AI सभी यूज़र जर्नीज़ में भी बेहतर पर्सनलाइज़ेशन के साथ कैसे मदद कर सकता है।”

### सुष्मिता कोमर

सीनियर लाइफ़साइकल मार्केटर, Adobe



## नए स्किल्स.

इन नए रोल्स के लिए नए स्किल्स की ज़रूरत होगी। इसके लिए बेहतरीन प्रैक्टिसेज़ को प्रॉम्प्ट करने, इमेज़ बनाने, ब्रांड के साथ बने रहने, और अन्य टॉपिक्स पर ट्रेनिंग प्रोग्राम्स किए जा सकते हैं, और इंटरनल जेनरेटिव AI सेंटर्स ऑफ़ एक्सिलेंस बनाए जा सकते हैं। हमारी खुद की जर्नी के दौरान हमें महसूस हुआ कि मार्केटर्स को इस बारे में और ज़्यादा ट्रेनिंग की ज़रूरत थी कि ऑन-ब्रांड कॉन्टेंट के लिए कैसे प्रॉम्प्ट करें, ताकि क्रिएटिव टेक्नोलॉजी टीम मार्केटर्स को GenStudio for Performance Marketing के उनके इस्तेमाल को ऑप्टिमाइज़ करने में मदद करने के लिए जेनरेटिव AI गाइड डेवलप कर सके।



## कोलैबोरेशन और कल्चर.

जेनरेटिव AI को इंटीग्रेट करने के लिए शिक्षा, सहयोग, और मार्केटिंग और क्रिएटिव टीम के बीच अधिक करीबी गठजोड़ की ज़रूरत होती है। सामान्य टास्कों को कम करते हुए क्रिएटिव काम को बढ़ाने के टूल के रूप में जेनरेटिव AI के लाभों को कम्यूनिकेट करके और ओपन फ़ीडबैक लूप के साथ मजबूत रिव्यू और अप्रूवल प्रोसेस बनाकर इस पार्टनरशिप की नींव रखी जा सकती है। जैसे-जैसे मार्केटिंग टीम को प्रोजेक्ट्स का ज़्यादा क्रिएटिव कंट्रोल लेने का मौका मिल रहा है, वैसे-वैसे ब्रांड टीम कंप्लायंस को मैनेज करने और कॉन्टेंट बनाने में सुधार करने के लिए ब्रांड गार्डरेल्स को मैटेन करने में मदद कर सकती हैं। ये टीम सुधार कर सकती हैं और पूरे एंटरप्राइज़ में ट्रांसफ़ॉर्मेशन से पहले ROI को साबित कर सकती हैं। कोलैबोरेशन के कल्चर को बढ़ावा देने से कामयाबी हासिल की जा सकती है, जेनरेटिव AI को अपनाया जा सकता है, वैल्यू हासिल की जा सकती है।

## ब्रांड गाइडलाइन्स

अलग-अलग प्लेटफ़ॉर्म पर कंज़्यूमर्स के बीच आसानी से पहचाने जा सकने वाली ब्रांड आइडेंटिटी बनाने के लिए ब्रांड के लुक और फ़ील को गवर्न और डिफ़ाइन करने वाले रूल्स। उदाहरण के लिए ब्रांड गाइडलाइन्स कलर कोड्स, लोगो, अप्रूव्ड फॉन्ट्स, लिखने का पसंदीदा स्टाइल और टोन, और बहुत कुछ।



## 2. प्रोसेसेज़—वर्कफ़्लोज़ को रीडिफ़ाइन करना.

इतने बड़े पैमाने पर पूरी तरह से बदलाव करने के साथ मौजूदा प्रोसेसेज़ की जाँच करना और उन्हें ज़रूरत के हिसाब से रीस्ट्रक्चर करना ज़रूरी है.

### मज़बूत ब्रांड गाइरेल्स बनाएँ.

जब कॉन्टेंट बनाने का वॉल्यूम और स्पीड कई गुना बढ़ती जाती है, तब ऑर्गनाइज़ेशन को ब्रांड गाइडलाइन्स के हिसाब से चलना एनश्योर करना चाहिए. ये गाइरेल्स ऐसे विशाल फ़्रेमवर्क की तरह काम करते हैं जो AI-जेनरेटेड कॉन्टेंट को ब्रांड की कोर वैल्यूज़, आवाज़, और विज़ुअल आइडेंटिटी के साथ अलाइन रखते हैं. ब्रांड लीड्स को इस बारे में जानकारी देना ज़रूरी है कि जेनरेटिव AI को कैसे ब्रांड-कंप्लायन्ट बनाया जा सकता है और गाइडलाइन्स को रेग्यूलर रूप से रिव्यू और अपडेट करने की अहमियत क्या है ताकि वे ब्रांड के साथ विकसित हों और रिलिवेंट बने रहें.

### रिव्यू और अप्रूवल प्रोसेस को दोबारा डिज़ाइन करें.

क्रिएटिव्स को यह जाँचने के लिए मार्केटर्स द्वारा जेनरेटिव AI से बनाए गए कॉन्टेंट को रिव्यू करना होता है कि यह ब्रांड स्टैंडर्ड्स की हाई क्वालिटी के मुताबिक हो. इस फ़ीडबैक से GenStudio for Performance Marketing जैसे टूल्स के अंदर ब्रांड गाइडलाइन्स को बेहतर बनाने में मदद मिलती है. क्रिएटिव प्रोफ़ेशनल्स को ब्रांड आइडेंटिटी और जज़बाती जुड़ाव की गहरी समझ होती है और इसलिए वे क्रिएटिव डायरेक्शन सेट करने, नेरेटिव्स बनाने, और कॉन्टेंट को फ़ंक्शनल से असरदार तक ले जाने में ह्यूमन टच देने के लिए अहम होते हैं. इस नए पैराडाइम में मार्केटर्स अपनी खुद की कॉन्टेंट ज़रूरतों को हैंडल करते हैं, जबकि क्रिएटिव्स यह तय करने के लिए हाई-लेवल स्ट्रैटेजी, इनोवेशन, और AI-जेनरेटेड कॉन्टेंट को क्यूरेट करने पर फ़ोकस करते हैं कि यह क्रिएटिविटी और असर के सबसे ऊँचे स्टैंडर्ड्स पर खरा उतरे.



अपनी ब्रांड और वॉयस गाइडलाइन्स को साफ़ तौर पर कोडिफ़ाई करके हम मार्केटर्स को Adobe GenStudio for Performance Marketing का इस्तेमाल करके आसानी से कॉन्टेंट बनाने में मदद करने के लिए टेम्पलेट्स बना पाए और बड़े लैंग्वेज मॉडल्स में सुधार कर पाए. उसके बाद इन गाइडलाइन्स से यह एनश्योर करने में मदद मिलती है कि यह कॉन्टेंट ऑन-ब्रांड है और हमारे सभी चैनल्स में कंसिस्टेंसी और ब्रांड इंटीग्रिटी को बनाए रखता है. इनसे हमारी ब्रांड टीम द्वारा अप्रूवल भी स्ट्रीमलाइन हो जाते हैं, जिससे हम तेज़ी से मार्केट में जा सकते हैं.”

### हीदर फ़्रीलैंड

चीफ़ ब्रांड ऑफ़िसर, Adobe

#### रवियू से पहले

Adobe Illustrator

अपने आइडियाज़ को एडिटेबल ग्राफ़िक्स में तब्दील करें.

Illustrator के Text to Vector ग्राफ़िक फ़ीचर के बारे में जानें और अपने टेक्स्ट प्रॉम्प्ट्स को ध्यान खींचने वाले ग्राफ़िक्स में तब्दील करें.

शुरू करें

#### रवियू के बाद

Adobe Illustrator

अपने आइडियाज़ को एडिटेबल वाले ग्राफ़िक्स में तब्दील करें.

Illustrator में Text to Vector ग्राफ़िक फ़ीचर के बारे में जानें और अपने टेक्स्ट प्रॉम्प्ट्स को ध्यान खींचने वाले ग्राफ़िक्स में तब्दील करें.

शुरू करें

## एजेंसी पार्टनर्स पर भरोसा करना.

जेनरेटिव AI के बोलबाले वाले माहौल में ऑर्गनाइज़ेशंस को कॉन्टेंट के बढ़े हुए वॉल्यूम को हैंडल करने के लिए पारंपरिक रिव्यू और अप्रूवल प्रोसेसेज़ पर नए सिरे से सोचने करने की ज़रूरत है. हमारा विश्वास था कि हमारी इंटरनल टीम, बनाए जा रहे नए कॉन्टेंट के वॉल्यूम को हैंडल कर लेगी, लेकिन हमें जल्द ही अहसास हो गया कि यह हमारे वर्कफ़्लो में रुकावट बन रहा था. हमारे एजेंसी पार्टनर्स ने हमारी स्ट्रैटेजी का ज़रूरी हिस्सा बनकर कॉन्टेंट बनाने में बढ़ोतरी करने का अतिरिक्त पाथ बनाया जिससे हम अपने गोल्स को हासिल कर सके. इस कोलैबोरेशन के साथ कंपनियाँ AI टूल्स द्वारा ऑफ़र किए गए प्रोडक्टिविटी गेन्स का पूरा लाभ उठा सकती हैं और मार्केटिंग ऑपरेशंस तेज़ी से बढ़ती कॉन्टेंट ज़रूरतों को देखते हुए एजाइल और रिस्पॉन्सिव बने रह सकते हैं.

## कॉन्टेंट क्रिएशन को एनालिटिक्स के साथ ऑप्टिमाइज़ करें.

GenStudio Insights के साथ रियल-टाइम एडवांस्ड कॉन्टेंट परफ़ॉर्मेंस एनालिसिस से मार्केटर्स को ठीक यह तय करने में मदद मिलती है कि सुधार कहाँ और कैसे करने हैं. ऑटोमैटिक, इंटेलिजेंट कॉन्टेंट टैगिंग से तो ऑडिऐंसेज़ के साथ सबसे ज़्यादा जुड़ाव वाले खास मेसेजिंग एट्रिब्यूट्स का भी पता लगाया जा सकता है. इन डिटेल्स से ग्रैनुलर डिज़ीज़न-मेकिंग की जा सकती है जिससे क्रिएटिव लूप बनता है जहाँ परफ़ॉर्मेंस डेटा सीधे फ़्यूचर कॉन्टेंट स्ट्रैटेजी को जानकारी देता है, जिससे इंगेजमेंट और कन्वर्शन बढ़ता है. इस डेटा को क्रिएटिव फैसलों में शामिल करके मार्केटिंग टीम ऐसे प्रोसेसेज़ बना सकती हैं जो लगातार अपने कॉन्टेंट के असर में सुधार करते हैं. कंपनियों को नई केपेबिलिटीज़ का पूरा लाभ उठाते हुए इन इनसाइट्स को हर नए कैम्पेन के लिए आइडिएशन के प्रोसेस में लाना चाहिए.

## 3. टेक्नोलॉजी—जेनरेटिव AI को अपनाने के लिए इंटीग्रेटेड स्टैक.

सोच-विचार कर स्ट्रैटेजिक तरीके से जेनरेटिव AI को ऐड करने से यह एनश्योर होता है कि यह सभी मार्केटिंग ऑपरेशंस में कंसिस्टेंसी बनाए रखते हुए कायम किए जा चुके प्रोसेसेज़ में रुकावट डालने की बजाय इन्हें बेहतर बनाए.

### मौजूदा martech स्टैक के साथ इंटीग्रेशन.

कई दूसरे एंटरप्राइजेज़ की तरह Adobe के पास कॉन्टेंट बनाने के लाइफ़साइकल को सपोर्ट करने के लिए टूल्स का पूरा सेट मौजूद था. किसी मार्केट स्टैक में ऐड किए गए किन्हीं जेनरेटिव AI टूल्स को लगातार ज़्यादा लाभ देने के लिए मौजूदा टूल्स और वर्कफ़्लो के साथ इंटीग्रेट होना चाहिए. मसलन, GenStudio for Performance Marketing से हम अतिरिक्त वैरिएशंस जेनरेट करने के लिए आधार के रूप में सीधे [Adobe Experience Manager Assets](#) से प्री-अप्रूव्ड, ऑन-ब्रांड कॉन्टेंट को आसानी से इन्जेस्ट कर पाते हैं. हम वापस ऑर्गनाइज़ेशन के साथ कनेक्शन एनश्योर करने और रिव्यूज़ और अप्रूवल्स को स्ट्रीमलाइन करने के लिए GenStudio for Performance Marketing के अंदर ही [Adobe Workfront](#) से मौजूदा रिव्यू वर्कफ़्लो का भी लाभ उठा सकते हैं.

### सिक्वोरिटी, कंप्लायंस और जेनरेटिव AI एथिक्स.

कमर्शियल रूप से सुरक्षित, AI-ड्रिवन प्लेटफ़ॉर्म्स को अपनाने के लिए एथिक्स और ज़िम्मेदारी, डेटा प्राइवैसी, रेगुलेशन्स के कंप्लायंस और मज़बूत सिक्वोरिटी उपायों पर सावधानी से विचार करने की ज़रूरत होती है. कॉन्टेंट क्रिएशन एप्लिकेशंस के अंदर ज़िम्मेदार AI इनोवेशन के लिए हमारी अप्रोच इन चिंताओं का समाधान करने के

लिए फ्रेमवर्क मुहैया करवाती है:

- **प्राइवैसी और डेटा गवर्नेंस**—डेटा के इस्तेमाल और स्टोरेज के बारे में साफ़ पॉलिसीज़ और कॉन्टेंट और प्रॉम्प्ट्स में कस्टमर डेटा के इस्तेमाल पर खास ध्यान देते हुए जेनरेटिव AI टूल्स गारंटी के साथ सख्त डेटा प्रोटेक्शन स्टैंडर्ड्स का पालन करते हैं.
- **निष्पक्षता और समावेशन**—विजुअल कॉन्टेंट क्रिएशन में संभावित भेदभावों के लिए AI मॉडल्स को रेग्यूलर रूप से असेस करें और एनश्योर करें कि वे अलग-अलग यूज़र ग्रुप्स में निष्पक्ष नतीजे दें.
- **विश्वसनीयता और सुरक्षा**—AI-जेनरेटेड कॉन्टेंट का इस्तेमाल करने से पहले इसकी विश्वसनीयता और सुरक्षा को वेरिफ़ाई करने के लिए सख्त टेस्टिंग प्रोटोकॉल्स बनाएँ.
- **सेफ़्टी और नुकसानदायक बायस**—ऐसा जेनरेटिव AI मॉडल डेवलप करें जो मार्केटिंग कॉपी में डायवर्सिटी, इक्विटी, और रिप्रेजेंटेशन को बढ़ावा दे और सेफ़गार्ड्स और फ़िल्टर्स लगाकर किसी नुकसानदायक या बायस वाले कॉन्टेंट के लिए ज़ीरो-टोलरेंस पॉलिसी का पालन करे.
- **इंसानी चूक**—ऐसा इंटीग्रेटेड रिव्यू और अप्रूवल प्रोसेस बनाएँ जिसमें अहम फैसलों में इंसान शामिल हों, और AI को इंसानी परख की जगह लेने की बजाय प्रोडक्टिविटी को बढ़ाने के टूल के रूप में इस्तेमाल किया जाए.

इन सिद्धांतों का पालन करके ऑर्गनाइज़ेशंस एथिकल स्टैंडर्ड्स और रेग्यूलेटरी ज़रूरतों के साथ कंप्लायंस बनाए रखते हुए, जोखिम को कम करके और कस्टमर्स और स्टेकहोल्डर्स के साथ भरोसा बनाए रखते हुए ऑर्गनाइज़ेशंस जेनरेटिव AI की ताकत का लाभ उठा सकते हैं.

## जेनरेटिव AI को इंप्लीमेंट करने के लिए कामयाबी के तीन बेहद अहम फ़ैक्टर्स हैं.



जैसे-जैसे जेनरेटिव AI टेक्नोलॉजी तेज़ी से आगे बढ़ी, वैसे-वैसे Adobe ने महसूस किया कि इसके कारण बनने वाली संभावनाओं के रिस्पॉन्स में मार्केटिंग लैंडस्केप आगे बढ़ेगा. लेकिन कामयाबी हासिल करने के लिए अलग-अलग टीम में अलग-अलग तरीकों से टेक्नोलॉजी को अपनाना ही काफ़ी नहीं होगा. हमें अपनी क्रिएटिव, मार्केटिंग, और इंजीनियरिंग टीम को GenStudio for Performance Marketing द्वारा डिलीवर किए जा सकने वाले पूरे विज़न के साथ अलाइन करने की ज़रूरत थी. इस स्ट्रैटेजिक अलाइनमेंट को हासिल करने से तेज़ी से प्रोग्रेस हुई और मज़बूत नतीजे मिले.”

### पेट्रिक ब्राउन

वाइस प्रेसिडेंट, ग्रोथ मार्केटिंग और इनसाइट्स, Adobe

# 1 एग्ज़िक्यूटिव अलाइनमेंट और स्पॉन्सरशिप से शुरू करें.

जेनरेटिव AI को अपनाने की कामयाबी मज़बूत एग्ज़िक्यूटिव अलाइनमेंट और स्पॉन्सरशिप पर निर्भर करती है. एग्ज़िक्यूटिव्स को यह समझना चाहिए कि उनका रोल सिर्फ़ रिसोर्सेज़ को अलोकैट करने से कहीं ज़्यादा है—उन्हें इसका साफ़ विज़न बताते हुए कामयाब अडॉप्शन के लिए ज़रूरी सांस्कृतिक बदलाव का एक्टिव चैंपियन होना होगा कि जेनरेटिव AI मार्केटिंग ऑपरेशंस को कैसे ट्रांसफ़ॉर्म करेगी. ऐसा एनवायरनमेंट बनाएँ जो इनोवेशन को अपनाए और नई टेक्नोलॉजीज़ के साथ जुड़े कर्ब को जानने के बारे में टॉलरेंट हो.

## चैज-मैनेजमेंट मेसेजिंग में:

- हाई-लेवल के गोल्स और मुश्किलों के बारे में साफ़-साफ़ बताएँ.
- इस ट्रांज़िशन के ज़रिए ब्रांड इंटीग्रिटी की अहमियत दोहराएँ.
- चिंताओं पर ध्यान दें, पारंपरिक सोच को चैलेंज करें, और टीम को मार्केटिंग के नए युग को अपनाने के लिए इंस्पायर करें.

# 2 पूरे ऑर्गनाइज़ेशन को जेनरेटिव AI ट्रांसफ़ॉर्मेशन के लिए तैयार करें.

जेनरेटिव AI को अलग-अलग चरणों में रोल आउट किया जाना चाहिए जिससे पूरे ऑर्गनाइज़ेशन में ट्रांसफ़ॉर्मेशन होगा. सबसे पहले यह एनश्योर करें कि जेनरेटिव AI को अपनाने और इसे लागू करने के लिए सही रोल्स मौजूद हैं. इनमें नई पोजीशन्स की ज़िम्मेदारियों को साफ़ तौर पर डिफ़ाइन करना और इसकी ज़िम्मेदारियाँ शामिल हैं कि वे मौजूदा रोल्स के साथ कैसे इंटरैक्ट करते हैं.

ऐसे नए प्रोसेसेज़ डेवलप करें और लागू करें जो जेनरेटिव AI कॉन्टेंट की स्पीड और वॉल्यूम को सुविधाजनक बनाए. रिव्यू और अप्रूवल प्रोसेसेज़ को पूरी तरह से बदलें और AI इस्तेमाल के लिए साफ़ ब्रांड गाइडलाइन्स बनाएँ. अंत में मौजूदा ऑपरेशंस को कम-से-कम रुकावट के साथ बेहतर बनाने के लिए जेनरेटिव AI टूल्स को सीमलेस रूप से मौजूदा मार्केटिंग टेक्नोलॉजी स्टैक्स और कॉन्टेंट सप्लाय चैन वर्कफ़्लोज़ में इंटीग्रेट करें.

# 3 छोटे से शुरुआत करें और स्केल बढ़ाएँ.

पूरे ऑर्गनाइज़ेशन को ऑपरेटिंग के नए तरीके में शिफ़्ट करने के लिए छोटी-सी शुरुआत करें. ट्रांसफ़ॉर्मेशन को लीड करने के लिए किसी जेनरेटिव AI चैंपियन की पहचान करें. उसके बाद परफ़ॉर्मेंस मार्केटर्स की ऐसी फ़ोकस टीम असेम्बल करें जो लगातार बेहतरीन नतीजे डिलीवर करे. ब्रांड आइडेंटिटी को जेनरेटिव AI गाइडलाइन्स में बदलने के लिए कॉपीराइट्स और डिज़ाइनर्स को लाएँ और मार्केटर्स जो कॉन्टेंट बनाते हैं, उसे रिव्यू और अप्रूव करें. इससे क्वालिटी कंट्रोल और ब्रांड इंटीग्रिटी पर करीब से नज़र रखने के साथ-साथ कंट्रोल्ड एनवायरनमेंट में प्रोसेसेज़ का तेज़ी से दोहराव और सुधार किया जा सकता है.



इस इनिशिएटिव को इस पायलट टीम से आगे ले जाने के लिए ट्रेनिंग प्रोग्राम्स डेवलप करते हुए—अहम परफॉर्मेंस इंडिकेटर्स—एफ़िशिएंसी गेन्स, कॉन्टेंट की क्वालिटी, और टीम के डायनेमिक्स को मॉनिटर करें. हालाँकि शुरुआत में आप रिव्यू के लिए भेजे जा रहे कॉन्टेंट की क्वालिटी में गिरावट देख सकते हैं, लेकिन ट्रेनिंग मार्केटर्स प्रॉम्प्टिंग एक्सपर्ट बन जाएँगे और इससे धीरे-धीरे क्वालिटी में सुधार होगा. अपनी शुरुआती मार्केटिंग टेस्ट टीम को अगली टीम को ये स्किल्स देने के लिए मेंटॉर्स के रूप में इस्तेमाल करें. इस नपी-तुली अप्रोच से क्वालिटी के स्टैंडर्ड्स बने रहते हैं, आसानी से बदलाव होता है, और ट्रांसफॉर्मेटिव टेक्नोलॉजी का लंबे समय का असर अधिकतम होता है.

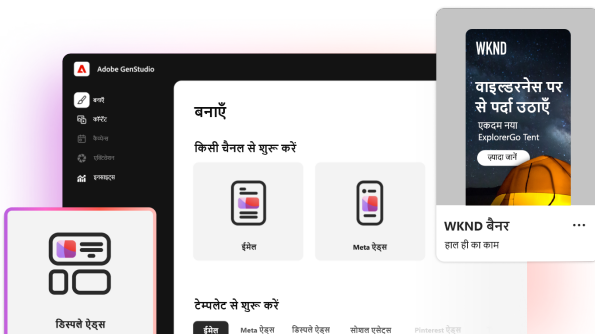
परेशानी का बढ़ना बदलाव का एक नैचुरल साइड इफ़ैक्ट है. ऐसे कल्चर को बढ़ावा देने के लिए उनसे सीखें जो कैलकुलेटड रिक्स को प्रोत्साहित करता हो. इनोवेशन के लिए कमिटमेंट और ट्रांसफॉर्मेशन करने में लगातार सुधार दिखाएँ. इन वैल्यूज़ को बनाने से ऐसा एजाइल ऑर्गनाइज़ेशन तैयार होगा जो भविष्य के बदलाव का स्वागत करेगा.

## अब GenStudio for Performance Marketing के साथ जर्नी शुरू करने की आपकी बारी है.

हालाँकि जेनरेटिव AI के साथ हमारा एक्सपीरिएंस बड़ा बदलाव लाने वाला रहा है, लेकिन यह हर मार्केटिंग चैलेंज का हल नहीं है. हमारी जेनरेटिव AI जर्नी आगे बढ़ रही है और हम अलग-अलग चैनल्स और यूज़ केसेज़ में इसके आउटपुट्स की कंसिस्टेंसी में सुधार करने के लिए काम करना जारी रखेंगे. हम खास ब्रांड वॉयसेज़ और पेचीदा प्रोडक्ट नैरेटिव्स के बारे में टेक्नोलॉजी की समझ को बढ़ाने के तरीके भी खोज रहे हैं.

हम यह दावा नहीं करते कि हमारे पास सभी सवालों के जवाब हैं, लेकिन हमारा मानना है कि हमारे एक्सपीरिएंसेज़ और इनसाइट्स को शेयर करना कोलैबोरेशन और साथ मिलकर क्रिएट करने का ऐसा मौका है जो पूरी मार्केटिंग इंडस्ट्री को आगे ले जा सकता है. हमारी कामयाबियों, चैलेंजेज़, और मौजूदा सवालों पर डिस्कशन करके हम पूरी कम्यूनिटी में डायलॉग को आगे बढ़ाने की उम्मीद करते हैं जो मार्केटिंग का भविष्य तय करेगा. हम अन्य ऑर्गनाइज़ेशंस, थॉट लीडर्स, और प्रैक्टिशनर्स को हमारे साथ जुड़ने के लिए इनवाइट करते हैं.

जानें कि GenStudio for Performance Marketing स्केल पर डायनेमिक कॉन्टेंट बनाने और आपकी मार्केटिंग टीम में स्पीड और एजिलिटी लाने में कैसे आपकी मदद करता है.



शुरू करें

# Adobe

Adobe और Adobe लोगो या तो अमेरिका और/या अन्य देशों में Adobe के रजिस्टर्ड ट्रेडमार्क्स या ट्रेडमार्क्स हैं.

## सोर्स

"2024 Digital Trends," Adobe x Econsultancy, 2024.