



جشنواره [Cannes Lions](#) هر سال میزبان هزاران طراح، بازاریاب، آژانس تبلیغاتی، برندهای بزرگ و فعالان حوزه فناوری از سراسر جهان است. این رویداد که به عنوان یکی از مهم‌ترین گردهمایی‌های صنعت خلاقیت و ارتباطات شناخته می‌شود، امروزه به محلی برای نمایش آینده بازاریابی، هوش مصنوعی و نوآوری تبدیل شده است.

در Cannes Lions 2026، ادوبی با شعار «از ایده تا تأثیر» حضور پیدا کرد و علاوه بر معرفی فناوری‌های جدید خود، نشان داد چگونه می‌توان با استفاده از ابزارهای خلاقانه این شرکت، یک تجربه برندینگ کامل و منسجم را از مرحله ایده‌پردازی تا اجرا مدیریت کرد.

## خلق یک هویت بصری یکپارچه

برگزاری رویدادی در مقیاس Cannes Lions تنها به طراحی چند بنر یا غرفه محدود نمی‌شود. ادوبی برای حضور خود در این رویداد یک سیستم بصری جامع طراحی کرد که در تمام نقاط تماس با مخاطب قابل مشاهده بود.

این هویت بصری شامل رنگ‌ها، تایپوگرافی، تصاویر، المان‌های گرافیکی و ساختارهای تبلیغاتی بود که در فضاهای فیزیکی و دیجیتال به صورت هماهنگ استفاده شدند. از نمایشگرهای شهری گرفته تا ایمیل‌های تبلیغاتی، بیلبوردها، غرفه‌ها و محتوای شبکه‌های اجتماعی، همگی از یک زبان طراحی مشترک پیروی می‌کردند.

هدف از این رویکرد ایجاد تجربه‌ای یکپارچه برای مخاطبان بود تا در هر نقطه از رویداد، ارتباط میان محتواها و برند Adobe را به وضوح احساس کنند.



## نقش Firefly در توسعه ایده‌های خلاقانه

یکی از مهم‌ترین ابزارهایی که ادوبی در این پروژه از آن بهره گرفت، Firefly بود. این پلتفرم مبتنی بر هوش مصنوعی به تیم‌های خلاق اجازه داد تعداد بسیار بیشتری ایده بصری تولید کنند و مسیرهای مختلف طراحی را در زمان کوتاه‌تری بررسی کنند.

به کمک Firefly، طراحان توانستند نسخه‌های متنوعی از طرح‌ها را ایجاد کرده و پیش از ورود به مرحله تولید نهایی، کیفیت و انسجام آن‌ها را ارزیابی کنند. این موضوع باعث شد فرآیند تصمیم‌گیری سریع‌تر و خروجی‌ها حرفه‌ای‌تر شوند.

[بیشتر بخونید : Adobe Firefly با قابلیت‌های هوش مصنوعی جدید و استودیوی خلاقیت پیشرفته‌تر](#)

[معرفی شد](#)



## تجربه‌ای تعاملی برای مخاطبان

ادوبی در رویداد امسال تلاش کرد مخاطبان را از یک تماشاگر صرف به بخشی از فرآیند خلاقیت تبدیل کند.

در بخشی از برنامه‌های اختصاصی این شرکت، شرکت‌کنندگان می‌توانستند با استفاده از فناوری‌های مبتنی بر Firefly تصاویر شخصی‌سازی‌شده تولید کنند. همچنین تجربه‌ای با عنوان Firefly Camera در اختیار بازدیدکنندگان قرار گرفت که به آن‌ها امکان می‌داد تصاویر خود را در محیط‌ها و سناریوهای خلاقانه مرتبط با فضای Cannes Lions بازآفرینی کنند.

این رویکرد نشان می‌دهد آینده برندینگ تنها به نمایش محصولات محدود نخواهد بود؛ بلکه مشارکت مستقیم مخاطبان در خلق تجربه برند اهمیت بیشتری پیدا خواهد کرد.

## هوش مصنوعی؛ فراتر از افزایش سرعت

اگرچه بسیاری از کسب‌وکارها از هوش مصنوعی برای کاهش زمان تولید محتوا استفاده می‌کنند، اما ادوبی معتقد است ارزش واقعی این فناوری در گسترش فرآیند خلاقیت نهفته است.

به گفته تیم‌های این شرکت، استفاده از Firefly Boards باعث شد امکان بررسی ایده‌های بیشتر، تولید نمونه‌های متنوع‌تر و توسعه سریع‌تر مفاهیم خلاقانه فراهم شود. این ابزار به تیم‌ها کمک کرد پیش از ورود به مراحل اجرایی، دید کامل‌تری نسبت به پروژه داشته باشند.

در واقع هوش مصنوعی در این پروژه تنها یک ابزار اتوماسیون نبود، بلکه نقش یک شتاب‌دهنده خلاقیت را ایفا می‌کرد.

## مدیریت هزاران فایل و خروجی با Frame.io

پشت صحنه چنین رویداد بزرگی حجم قابل توجهی از محتوا و فایل‌های طراحی قرار دارد. ادوبی برای Cannes



Lions 2026 صدها خروجی چاپی و ویدیویی تولید کرد که در ابعاد و فرمت‌های مختلف مورد استفاده قرار گرفتند.

مدیریت این حجم از داده‌ها بدون یک سیستم هماهنگ تقریباً غیرممکن است. به همین دلیل تیم‌های مختلف Adobe از Frame.io برای اشتراک‌گذاری فایل‌ها، دریافت بازخورد، مدیریت نسخه‌ها و هماهنگی میان بخش‌های مختلف پروژه استفاده کردند.

اتصال مستقیم Frame.io به سایر ابزارهای Creative Cloud باعث شد فرآیند تولید تا انتشار محتوا بدون وقفه و با سرعت بیشتری انجام شود.

## از ایده تا تأثیر؛ رویکرد جدید خلاقیت

پیام اصلی Adobe در Cannes Lions 2026 این بود که خلاقیت دیگر تنها به تولید یک طرح، ویدیو یا کمپین تبلیغاتی محدود نمی‌شود. امروزه برندهای موفق به سیستمی نیاز دارند که تمام مراحل از ایده‌پردازی و طراحی گرفته تا تولید، مدیریت و انتشار محتوا را به یکدیگر متصل کند.

ادوبی تلاش کرد نشان دهد زمانی که ابزارهای طراحی، مدیریت پروژه و هوش مصنوعی در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند، امکان خلق تجربه‌های منسجم‌تر، سریع‌تر و تأثیرگذارتر فراهم می‌شود.

این همان مفهومی است که Adobe آن را «از ایده تا تأثیر» می‌نامد؛ رویکردی که می‌تواند آینده صنعت خلاقیت و بازاریابی را شکل دهد.

منبع : [blog.adobe.com](https://blog.adobe.com)



4.7/5 – (15 امتیاز)