



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)

即刻發布

# Adobe 洞察：人工智慧堂前燕，如何飛入尋常市場家？



台灣 — 2021 年 3 月 29 日 — 經歷過 2020 年的疫情挑戰，數位行銷的技術投資提案目前已成為企業決策者首要關注的項目之一。而在各類數位技術當中，人工智慧（AI）無疑是當下最受關注、具備最多應用情境的尖端技術之一。在政策大力宣導和企業自身創新的驅動之下，各國企業在探索及應用人工智慧和機器學習（Machine Learning）等新技術方面也與日俱進。

對於越來越多希望通過投資 AI 和 ML 等先進技術來賦予數位體驗能力的企業而言，如何將看似高高在上的人工智慧技術，實踐於一般大眾市場行銷的應用當中，從而落實真正意義上的數位體驗智慧化升級，成為了不可忽視的議題。

## AI 把個性玩好，玩「大」

在亞洲多元化的市場中，無論計劃出海的本土企業，還是持續入海的跨國企業，都需要周全地考慮當地市場在語言、文化和法律法規上的差異，充分了解目標市場在資料隱私和技術生態成熟度上的相關資訊，進而實施「有的放矢」的個性化部署。

企業能基於資料洞察，將相關的內容在正確的時間透過高效的管道交付給客戶，讓處於不同購買生命週期階段的客戶能夠享受到引人入勝的、無縫且因人而異的卓越數位體驗。然而，「千人千面」的個性化並非一蹴而就，在缺乏人工智慧的幫助之下，企業只能夠實現小範圍的個性化體驗部署，卻無法實現恆河沙數的內容產出、大規模的資料分析與個性化匹配。此時，AI 基於演算法的高度自動化和深度學習能力便能夠幫助企業實現大規模的個性化體驗部署。例如集成了 AI 功能的 Adobe Experience Manager (AEM) 能夠高效智慧地管理大量的企業數位資產，以便於企業在部署市場行銷活動時能夠跨多管道實現數位資產的快速統一及更新。

全球知名科技品牌 OPPO 借助 Adobe AEM 的元件複用能力，不僅統一了全球官網的視覺風格，還具備在一周內上線 8 個網站的能力，大幅提高了網站建立和開發流程的效率。同時，由 Adobe 人工智慧框架 Adobe Sensei 支援的 Adobe Analytics 能夠基於由不同接觸點之上與客戶交互產生的大量資料，通過快速的運算與分析，對於客戶在某一特定時刻的所想所願進行預先判斷並提供可執行的洞察，為大規模的部署個性化體驗提供資料驅動的科學依據。

## AI 任勞任怨工具「人」

為企業的每位客戶量身定制體驗與內容需要大量的基礎性工作，例如設置產品標籤、圖片尺寸、以及簡單圖片編輯等等，人工作業往往需要花費大量的精力。作為一名優秀的工具「人」，AI 能夠在制定體驗的過程當中承擔更多重複性的基礎任務，讓人們將更多的精力集中在更高價值的工作上。

Adobe Creative Cloud 的用戶可以使用 AI 驅動的功能來幫助其改變照片背景，或幾分鐘內移除視頻裡不想要的物件；Adobe Experience Cloud 內嵌的 AI 功能也可以自動將企業數位資產當中的某個 KV 調整為不同的尺寸，自我調整多管道的多個螢幕。

如果行銷人想要在數以萬計的圖片中找到最適合的一張，也可以使用語音搜索，通過幾個簡單語音指令找到所需的圖片。這些功能將行銷人員從枯燥重複的基礎勞動中解放出來，讓他們更專注於創造出有價值的市場策略。

另外，AI 的任勞任怨屬性還可以應用於程式化廣告、網站個性化、性能優化測試以及郵件行銷的過程中。以香港零售品牌大昌行集團為例，他們使用了 Adobe 的 Magento Commerce 電商解決方案自動收集跨平臺的即時資料，大大省去了過去手動收集和分析資料的時間。

## AI 解鎖未來交流新場景

AI 不僅是客戶體驗管理的一把交椅，還經常被應用於發現錯誤和風險預警，如反欺詐軟體和面部識別系統，以及行為的交流預測當中。Adobe Analytics 使用 AI 根據客戶過往的行為習慣為行銷人員的行動提供洞察，保持行銷人員與客戶的長期有效交流。也正因為行銷人員對客戶的「投其所好」，客戶能夠快速享受到與其行為偏好吻合的內容和優惠。

以台灣許多銀行客服為例，過去銀行的客服部門須有 24 小時的大量人力處理各類客戶問題，而等待轉接以及人工資料查詢的過程也相對浪費客戶時間，讓客戶體驗大打折扣。而現在機器人客服取代傳統真人客服的時代已悄悄來臨，隨著 AI 的蓬勃發展，多家大型銀行積極開發智能客服，除了能夠快速解決客戶一般的重複性問題，還能夠提供銀行儲蓄、投資等理財規劃，提升客戶體驗。

若企業正在考慮利用 AI 打造更加個性化的線上和實體體驗，需要首先勾勒出核心受眾的購買旅程，並確保能夠深入瞭解每一段客戶旅程階段背後的客戶需求及行為動機。打造卓越的客戶體驗需要的不僅僅是技術，更重要的是將客戶至上的思維理念貫穿企業的商業策略和企業文化之中。

在凝聚了「天時」人工智慧高速發展的行業趨勢，「地利」AI 驅動的工具集合平臺，以及「人和」的客戶至上思維理念之後，企業將能夠高效利用工具人 AI 與客戶緊密連接，為不同市場和不同客戶打造互聯、相關且「身臨其境」的不凡數位體驗。

## 關於 Adobe

Adobe 經由數位體驗改變世界。如需更多資訊，請造訪 [www.adobe.com](http://www.adobe.com)。

###