



新聞聯絡人

史園 Summer

Adobe 大中華區公關經理

+86 13810050591

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

即刻發佈



Adobe 高階主管洞察：企業領導者如何帶領團隊打造無 Cookie 時代的數位體驗

台灣 — 2021 年 9 月 23 日 — 以 Cookie 為代表的第三方資料已無法憑藉其過時的資料洞見、分散的資料來源和可能存在風險的資料管理來滿足客戶對個性化體驗和資料安全隱私的需求。Adobe 大中華區董事總經理吳振章表示：「無 Cookie 時代的來臨已然成為新時代品牌與客戶關係的新注腳。」然而這些表象背後的本質也代表客戶與品牌之間的關係正在朝著互相信任、透明、體驗為核心及個性化驅動的方向不斷發展。

對於長期基於 Cookie 等第三方資料來完成客源獲取、轉化並留存的企業來說，要適應此類型的根本性的變化頗具挑戰性。

根據 eConsultancy 的報告顯示，僅有 36% 的行銷人員認為他們能夠很好地應對無 Cookie 的未來。調查機構 Epsilon 則發現，63% 的行銷人員對於這種變化感到措手不及，無助甚至困惑，60% 的企業高階主管也認為這一變化將對其品牌行銷帶來「顛覆式」的影響。

Adobe 大中華區董事總經理吳振章認為，在業務與數位化緊密合作的今天，應對第三方資料逐漸離開歷史舞臺的挑戰並不只是行銷部門的任務。企業決策者要全盤統籌這一變化對業務的深遠影響，從客源獲取、行銷、廣告、轉化、留存乃至對未來業務的預判和決策都需要納入考慮範圍，進而帶領團隊應對挑戰，為從容轉型做好準備。

認知準備：數位體驗應該基於資料，而非受制於資料

由於第三方資料易於獲得，至今全球範圍內仍有很多企業大量地依賴其作為行銷活動的依據，也使得原本應支配資料的行銷工作，反被資料所支配。因此，企業管理者需讓自身與公司人員皆清楚地意識到，企業所經歷的巨大變革的核心不在於為第三方資料尋找替代方案，而是重新思考客戶體驗策略，並以此找出迭代性方案。

具備即時特性、高品質、符合客戶意願的第一方資料將能夠幫助品牌將進一步最佳化客戶體驗管理，推動業務的增長。

策略準備：資料隱私安全和個性化數位體驗，並非魚與熊掌

無論是第三方還是第一方，資料隱私安全與個性化體驗似乎是矛盾體。超過 40% 的客戶在品牌無法提供相關且個性化的體驗時會感到沮喪，而同時也有近 50% 的客戶在選擇個性化服務的同時擔心他們的個人資料安全。因此有效且合規的個性化將會成為全新資料時代的答案、數位行銷的新黃金標準。

然而，資料隱私安全和個性化並非如此「不可相容」，其關鍵在於賦予客戶權力，讓客戶決定自身「是否」、「何時」以及「如何」參與到與品牌的互動當中。對於企業而言，意味著需制定強而有力的第一方資料策略，從接觸客戶的開始立即兼顧有效的資料治理和對客戶意願的管理，清楚向客戶表示資料將會以開放且尊重隱私的形式被使用，且僅用於追蹤網路行為及基於此的體驗個性化。

為此，企業可首先將全部客戶資料集中到統一的平臺，來獲取即時資料構建的統一視角之下的客戶輪廓；其次要確保資料的合規性；最後品牌需要通過價值交換的方式讓客戶主動地提供相關資訊。這些交換的價值包括透明公開地告知資料將如何被使用，以及同意客戶按照自身的意願授權和管理個人資料。

數據準備：「封閉平台」並非萬全之策；善用自身流量方能運籌帷幄

在行動網路平台為中心發展的數位行銷市場中，第三方資料的淘汰和第一方資料的崛起與數位體驗息息相關。因此，許多擁有豐富的認證使用者和第一方資料的企業正在打造「封閉平台」生態。然而，品牌若欲與此類型的封閉平台合作，則必須放棄部分對資料和分析的控制權和獨立性。基於此，品牌逐漸意識到將資料掌握在自己手中的重要性。

而與第三方資料不同的是，第一方資料必須由客戶手中「贏得」而非「購得」，同時意味著企業需建立一個屬於品牌的第一方資料池。品牌自主擁有的流量便是關鍵的第一方資料池。無論是來自已知或匿名使用者的資料，都將能幫助其更好地打造客戶體驗，進而推動業務表現的提升。

技術準備：面向未來，未雨綢繆

在建構和善用第一方資料的過程中，企業需要在自身技術上快速「迭代」，以打造瞭解客戶、以客戶體驗為中心並能與客戶適時互動的基礎。這並不僅僅涉及到行銷工具的提升，更為重要的是行銷活動與客戶資料的結合，並透過自動化的形式提供大規模的個性化體驗。此種改變需要企業決策者的有力支援，才能夠帶領行銷、IT 和銷售團隊緊密合作，前瞻性地將企業的技術基礎與行銷工具進行無縫對接。

Adobe 大中華區董事總經理吳振章建議，對於任何一個以資料驅動體驗的企業來說，未來將迎接的是無 Cookie 的時代，第三方資料逐漸淡出的時代，亦是第一方資料日漸崛起的時代，只要將客戶置於數位體驗的中心，企業便走在正確的道路之上。

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/>。

###