



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

即時發布

Adobe 2022 年改變行銷人員競爭格局的五大預測



台灣 — 2022 年 2 月 24 日 — 數位化的快速發展正提升行銷生命週期的複雜度、規模與速度，然而資源相較起來卻沒有太大的變化。此外，數位化的廣泛應用也引起了客戶對資料隱私的更大關注，客戶也對是否分享與何時分享個人資料有了更清晰的見解。

Adobe 大中華區董事總經理吳振章表示，在過去的兩年間，數位化策略在各行各業及不同規模的企業中加速深入發展，品牌們都在重塑與客戶互動和交流的方法。數位化的顛覆性影響使得企業前所未有地重視組織的靈活性、

跨部門協作、資料管理以及大規模提供個人化服務的能力，來滿足消費者日益提升的對個人化體驗的需求，這些挑戰也代表了未來的機遇所在。

2022 年，市場行銷人員挑戰與機遇並存。對此，Adobe 提出五大預測，希望幫助行銷人員把握時機，取得成功。

預測 1：行銷管理者的職能範圍將持續擴大

以客戶為中心的行銷模式對企業來說十分重要，並且多年來氣勢猛烈地攀升，而疫情的發生更是進一步推動了它的必要性。提供出色的客戶體驗需要各部門齊心協力，其中行銷部門承擔著更大的責任。

如今的行銷格局在模式上發生了根本性變化。行銷人員的成功不再取決於銷售機會的發掘，而是對客戶關係維護做出的綜合性貢獻。改變衡量標準是發展行銷團隊以及提升他們在更大組織中發揮作用的最有效途徑。與其把 KPI 限制在績效指標上，行銷人員更應該把客戶的成功（如客戶生命週期價值）列為重點，從而保證將人員和資源都能投入到客戶身上，為他們提供更好的體驗。

預測 2：Z 世代將成為最難建立「信任」的客戶

信任一直是品牌維繫與客戶關係的基石，但如今想要建立和保持信任並非易事。從如何保護客戶的資料安全，到如何（或是否）利用客戶資料進一步提升個人化體驗，數位世界在為我們提供更多的機會去贏得信任的同時，也讓這種信任變得更加脆弱且更易失去。其中，Z 世代是最容易因為失去信任，而做出強烈反應的群體。

提供個人化體驗是品牌能夠理解客戶所想和所需的體現，也是與 Z 世代建立信任的關鍵。對於大部分消費者而言，尊重資料是贏得信任的第一要訣。此外，Z 世代還認為品牌最能贏得他們的信任的途徑是「透過為我提供個人化體驗證明他們對我的瞭解」。

預測 3：大規模個人化是打造差異化優勢的最大機遇

從本世紀初開始，市場行銷人員嘗試在信件中以客戶的姓名來稱呼他們，來創造「個人化」的行銷活動。如今，個人化意味著差異化和精細化。業界領先的企業通常運用人工智慧建立自訂的瀏覽旅程，根據客戶線上上和線下的行為推薦產品等。

為客戶提供真正有價值的個人化體驗並非易事。打造出色個人化體驗的能力基礎是資料，具體而言，即在取得客戶授權的第一方資料的基礎上建立統一的客戶資料輪廓，而後在整個生命週期內為客戶提供統一視圖。行銷領導者必須將此視為 2022 年的重中之重。統一的客戶輪廓不僅有助於為客戶提供出色的個人化體驗，還可提供更準確的歸因、更多的潛在客戶線索、更快的獲取速度和更高的參與度，以及擴大客戶的購買意願，從而幫助品牌提升業務成績。

預測 4：一體化資料治理成為必備良策

隱私法規和客戶偏好層出不窮、瞬息萬變，行銷人員需要持續保證合規性。如今，僅是避免操作違規已遠遠不夠，企業各個層級的行銷人員必須能夠設計和提供符合要求的體驗，並在成千上萬的客戶和數百萬次的互動中提高為客戶提供的價值。

良好的資料管理需要合適的人才和對政策的正確認識。但隨著數位化的興起與廣泛應用，即便是優秀的人才、政策和想要做好資料管理的初衷，也不足以追趕客戶體驗和資料要求的發展速度和規模。持續遵循資料政策並應用滿足客戶偏好的一體化資料管理工具將有助於減少員工的工作壓力，提供更優質的客戶體驗，並保持團隊與企業的合規性。

預測 5：改善員工的辦公技術有助於提升工作參與度

身處數位化的加速和疫情對辦公模式帶來的雙重難題，行銷人員面臨著更大的工作壓力，並且已經為企業帶來了一些負面影響，例如員工離職熱潮。

對此，各品牌採用不同的應對方法，例如為員工提供更多的假期，提供更靈活的工作時間，以及心理健康諮詢等。雖然這些對策都十分重要，但它們並沒有解決真正消磨員工銳氣的痛點，導致員工無法為客戶提供出色的客戶體驗。

雖然專業的培訓和對員工進行支持鼓勵對於提高員工的工作參與度很重要，但給員工更好的辦公科技支援也是一個不可忽視的、能夠提升工作幸福感的因素。雖然技術並非解決一切問題的萬能鑰匙，但正確的技術堆疊確實可以促進員工間的無縫協作，提供重要的情境，減少手動等其他繁瑣的工作。因此，為團隊配備開展業務所需的正確數位化工具，將幫助員工專注於有意義的工作，並實現最佳績效。

行銷人員無法控制疫情所影響的外部環境，但只要對未來的挑戰和機遇持積極主動的態度，便能確保團隊、客戶和企業在 2022 年取得更好的發展。

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/>。

###