



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

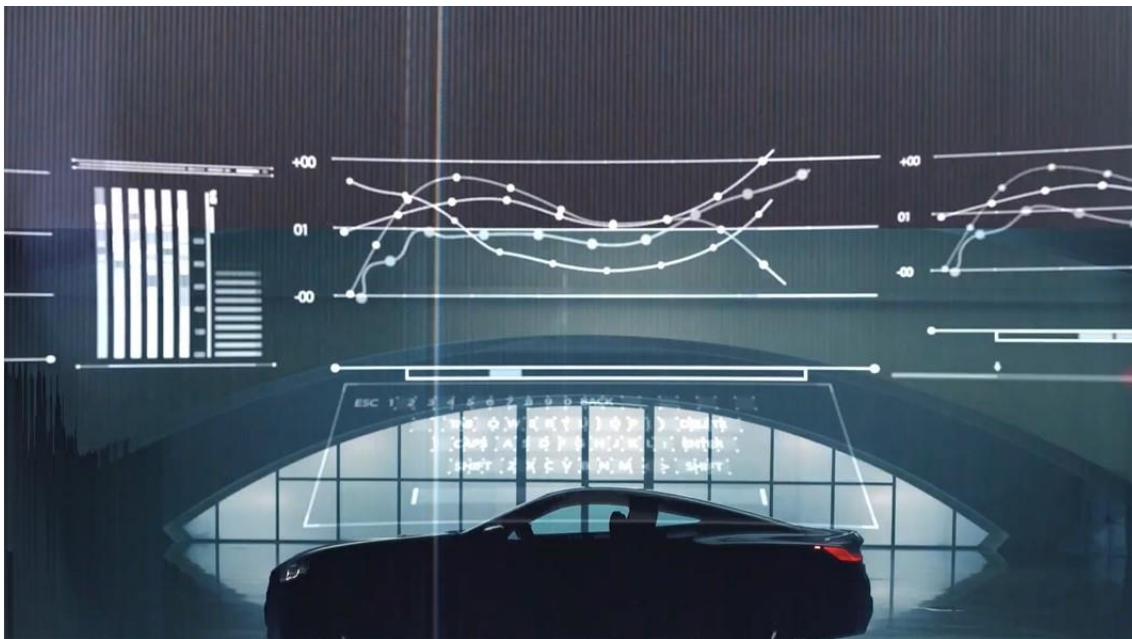
天擎公關

(02) 2775-2840 Ext: 362 / 359

[adobe@grandpr.com.tw](mailto:adobe@grandpr.com.tw)

即時發布

## BMW 集團與 Adobe 擴展合作夥伴關係，締造無縫的客戶旅程



台灣 — 2022 年 4 月 8 日 — Adobe 宣布全球最大汽車和摩托車製造商之一的 BMW 集團擴展合作夥伴關係，運用 Adobe 技術作為其銷售與行銷部門數位轉型的一部分。集團旗下的 BMW、勞斯萊斯、MINI 及 BMW 摩托車現正利用 Adobe Experience Cloud 提供個人化數位體驗，並朝著未來三年內於線上銷售總體四分之一產品的目標邁進。

BMW 集團將以數據驅動和個人化方針，為客戶提供無縫的線上與門市體驗，包括訂製汽車、送貨到府和個人化的售後服務。

BMW 集團客戶與品牌資深副總裁 Jens Thiemer 說：「無論客戶在網路還是門市與我們互動，最終的目標都是為他們提供最頂尖的服務。Adobe 的技術提供即時的數據和洞察，讓我們能為客戶提供個人化體驗，協助團隊建立信任並創造對客戶有意義的體驗。對我們來說，這是以人為本和先進科技之間的最佳組合。」

Adobe 數位體驗業務總裁 Anil Chakravarthy 表示：「客戶期望獲得符合其個人興趣與需求的體驗。BMW 集團出色地貫徹了這一理念，為細分市場的所有接觸點提供出色的個人化體驗。這將有助與客戶建立信任、忠誠的關係。我們很高興能成為 BMW 集團數位轉型的合作夥伴。」

### 以數據驅動方式連結經銷商與數位化

如今，客戶透過線上的公司網站、社群媒體等，以及線下的門市展覽廳等管道，在各個接觸點與汽車品牌互動。BMW 集團正在使用 Adobe Experience Cloud 的整合功能，將門市零售與線上購物的體驗智慧地聯繫起來，並在所有通路塑造具針對性且互相關聯的客戶體驗。BMW 集團亦持續關注及保護個人資料，僅使用客戶授權的相關資料作為數據。

未來，客戶將可在 BMW 集團的網站上獲取有關汽車與服務的詳細資訊，並根據個人需求利用線上的訂製功能來組裝他們夢想中的汽車。在線上完成整個購買過程後，集團將可按客戶要求將汽車送貨到府。如客戶選擇前往他們信賴的汽車經銷商門市，經銷商亦可善用買家的線上記錄，協助消費者按其喜好訂製車輛配件。

BMW 集團採用 Adobe Experience Cloud 以數據驅動的功能，可根據購買記錄、重要數據等由客戶提供的售後資訊作出個人化及相關的建議，讓集團根據客戶的個人偏好建議附加服務或技術選項，大大提升駕駛體驗。

### 在數位時代建立信任

BMW 集團使用 Adobe Experience Cloud 為客戶帶來個人化的數位體驗，創造機會與客戶建立更親近、更值得信賴的關係。Adobe 的創新功能更提供了內容創建、資產管理及提升內容創作的速度的解決方案，並簡化了大規模為客戶締造理想、優質體驗的工作流程。

除了 Adobe Experience Cloud，BMW 集團還使用企業版 Adobe Creative Cloud、Adobe Acrobat 及 Adobe Acrobat Sign，完整、全面的創意應用程式讓集團能大規模地創建優質內容，在旅程的每一步均與客戶互動。

### 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/>。

### 關於 BMW 集團

BMW 集團是全世界最成功的汽車和摩托車製造商之一，旗下擁有 BMW、MINI、Rolls-Royce 和 BMW Motorrad 四個品牌，同時還提供汽車金融和頂級的行動服務。BMW 集團在 15 個國家擁有 31 家生產和組裝工廠，銷售網路遍及超過 140 個國家和地區。2021 年，BMW 集團在全球共售出超過 250 萬輛汽車和超過 19.4 萬輛摩托車。

2020 年，集團總收入達到 989.9 億歐元，稅前利潤達到 52.22 億歐元。截至 2020 年 12 月 31 日，BMW 集團在全球共有 120,726 名員工。

BMW 集團的成功源於其具前瞻性的遠見和高度責任感的行動。集團在價值鏈中貫徹生態和社會的可持續性發展策略，全面的產品責任以及明確的節能承諾已成為 BMW 集團企業策略的核心。

###