



新聞聯絡人

史園 Summer

Adobe 大中華區公關經理

+86 13810050591

sshi@adobe.com

謝承穎 Vivi / 梁亦昀 Amanda

天擎公關

(02) 2775-2840 Ext: 333 / 375

adobe@grandpr.com.tw

即時發布

Adobe 數位趨勢報告：領導品牌現正透過投資內容創作和優化工作流程來致勝



- 大多數 (全球: 89% ; 亞太區: 79%)高階經理人表示客戶對內容的需求大幅增加。
- 41%的高階經理人認為內容工作流程管理已成為 2023 年的首要任務。

- 近四分之三(亞太區: 65%)的高階經理人專注於眼前的需求和挑戰，包括在短期優化流程和增強技術。

台灣 - 2023 年 2 月 23 日 - Adobe (Nasdaq:ADBE) 近日發布《2023 年數位趨勢》報告，這是連續 13 年來 Adobe 對未來一年品牌行銷和 IT 優先事項展開深度調查。這份報告調查了全球 9,000 多名高階經理人、行銷人員和代理商員工，探討讓產業領導者在競爭中脫穎而出的技術投資與策略。

今年的數位趨勢報告顯示，領導品牌已優先投資有關內容創作能力和工作流程，包括提升內容創作速度、規模和效率，以建立更穩固的客戶關係，並在 2023 年取得成果。同時，領導品牌正在加強現有的行銷流程和技術，將投資效果最大化，確保把握住 2023 年的每個機會。

Adobe 香港及台灣地區總監陳育明表示：「多樣化的內容是企業為每位消費者提供個人化體驗的重要基礎。今年的《數位趨勢》報告中明確顯示，企業在內容創建能力和工作流程規模化方面的意願階提升。Adobe 倡導企業投資內容供應鏈，把人員、工具、工作流程互相連結，以更有效地籌劃、創作、管理及交付內容，滿足日益增加的客戶體驗期望。透過擁抱內容工作流程技術，企業可為員工留出更多時間在客戶體驗方面創新，應對大規模以締造個人化內容的挑戰。」

大規模內容創作

此調研顯示，大部份(全球: 89%; 亞太區: 79%)的高階經理人表示對內容的需求顯著增加。儘管客戶對內容的需求似乎永不滿足——他們希望在越來越多的管道中獲得動態的數位體驗，但只有少數全球(亞太區: 25%)品牌認為自己「擅長」創建和傳達數位內容。

產業領導者正在重新思考並簡化他們的內容供應鏈，包括內容活動策劃、創作、交付和數據分析。其中，效率和降低成本是重點：62%的高階經理人認為，他們已經提高了內容流程的效率。

優化工作流程成為重中之重

在過去，加速內容創作通常要以犧牲員工的時間和自由為代價。近乎一半（全球: 44%；亞太區: 41%）的行銷人員表示缺乏時間來創作是提供卓越客戶體驗的障礙。此外：

- 只有三分之一（33%）從業者(亞太區: 25%)認為其所在組織，在規劃、界定範圍、確定優先順序和分配內容方面表現「好」或「非常好」。
- 重要的是，43%從業者(亞太區: 41%)將工作流程問題視為阻礙其行銷組織發展的關鍵因素。

為了解決這個問題並在 2023 年優化內容創作的流程，領導品牌已將工作流程管理和數位協作作為內容團隊的優先事項。

- 五分之二（41%）的高階經理人已將優化工作效率和工作管理視為 2023 年的首要技術任務。

- 近四成 (全球: 39% ; 亞太區: 37%)高階經理人已優先考慮簡化協作流程，或者將協作流程自動化，說明團隊更高效、且高品質地完成工作。
- 約四成(全球: 38% ; 亞太區: 43%)的高階經理人員優先考慮借助自動化工作流程，來提高行銷和交付客戶體驗流程的效率。

強化當前的技術

對內容和創意工作流程的投入，反映了領導者如何優先考慮改進流程和技術，以在當前的經濟環境下取得成功。此外，企業領導者也十分關注他們現有的技術。約一半（48%）的全球領導者計畫在今年最充份挖掘現有的行銷和資料技術的價值。約一半（45%）的亞太區領導者則計劃在 2023 年投資新的行銷及數據技術，而約三成（33%）表示會充份挖掘現有技術的價值。

出於對經濟方面的擔憂，一些品牌的未來規劃可能受到影響。76%的代理商高階經理人表示他們的客戶專注於短期指標和收入目標。73% (亞太區:65%) 的高端品牌高階經理人強調，只關注眼前的需求將會犧牲制定長期規劃和策略的最佳時機。不過令人鼓舞的是，這種只關注當下需求的企業並不普遍。此外，還有一些受訪者表示，他們正在展望新的數位平台和互動形式，22%的受訪者(亞太區: 41%)表示他們所在的組織正在學習利用元宇宙開拓全新的行銷模式。

請點擊[這裡](#)下載 Adobe 2023 年數位趨勢報告。

關於 Adobe 數位趨勢報告

Adobe 數位趨勢報告是 Adobe 與 Econsultancy 合作展開的全球調查，探討領導組織如何使用尖端技術來增強個人能力、業務轉型以及優化與客戶的聯繫。今年是雙方連續 13 年開展此次研究報告，報告透過比較和分析行業領導者和落後者的表現，幫助品牌發掘必須注意的策略、技術和問題，助力其取得成功並在競爭中脫穎而出。

研究方法

2023 數位趨勢報告於 2022 年 9 月至 11 月開展線上調查，節選了部分 Econsultancy 和 Adobe 的名單，受訪者約 9,247 人，包括 793 亞太區受訪者。對行業「領導者」和「落後者」的定義，基於品牌對調查問題的回答，該問題涉及其所在公司在 2022 年相對於產業競爭對手的表現。這種對領導者和落後者的關注，能夠使 Adobe 和 Econsultancy 發現那些在商業上取得成功的組織與其競爭對手的區別。

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/>。

###

© 2023 Adobe. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.