



# 10 大功能

瞭解 Adobe 資料、見解以及受眾解決方案如何協助您加深對客戶的瞭解並建立個人化的體驗。



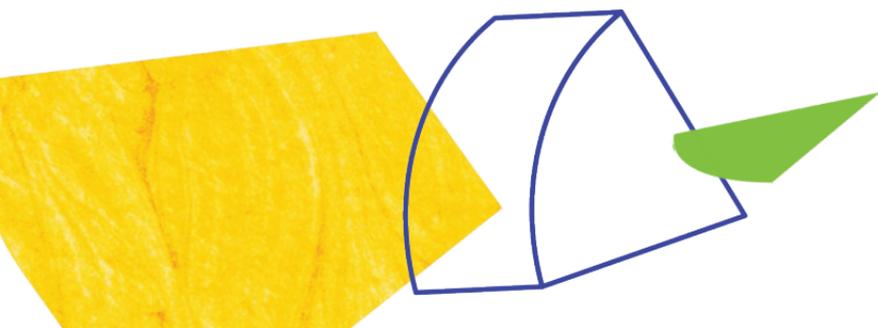
# 目錄

|                    |    |
|--------------------|----|
| 連結您的客戶             | 4  |
| 一個位置查閱線上和線下所有資料    | 4  |
| 增進消費者的信任           | 4  |
| 建置可隨時隨地更新的、獨特的個人資料 | 4  |
| 瞭解您客戶的一舉一動         | 5  |
| 分析和回應客戶活動          | 7  |
| 即時分析資料             | 7  |
| 為每位訪客提供個人化的體驗      | 8  |
| 提供客戶無法回絕的優惠        | 9  |
| 啟用見解打造更好的體驗        | 10 |
| 不斷改進體驗             | 10 |
| 保持訊息傳遞的一致          | 10 |
| 不錯過任何讓人感動的良機       | 11 |
| 執行下一步              | 12 |

打造真正個人化體驗，反映出您對客戶的瞭解，是當今數位商務的關鍵。若要讓您的企業搶先競爭對手一步，捷足先登，您需要合適的分析工具。透過連結和分析您的資料並據此採取行動，Adobe 可以協助您更好地瞭解客戶，個人化他們的體驗。

本指南分享了 Adobe 資料、見解以及受眾解決方案的 10 大功能，闡述它們如何跨整個客戶歷程為您動態提供個人化的體驗。我們將主要介紹三個領域，在這三個領域中核心功能提供確切的價值：

- **連結**  
建立強勁、即時的客戶個人資料。
- **分析**  
跨所有通道即時存取資料和見解。
- **啟用**  
根據需要擴充，為企業使用案例助力。





# 連結您的客戶

## 1. 一個位置查閱線上和線下所有資料

瞭解客戶中很重要的一方面是，最好透過單一的統一檢視瞭解客戶如何以及在何處購買您的產品或服務。例如，您需要一個簡單的方法來對比網路、應用程式、銷售點和服務中心的訂單。**Adobe Customer Journey Analytics** 允許您將每一個通道的所有資料匯入單一介面，使得您可以即時分析資料，這樣協助您制定更完善的決策，了解客戶行動背後的情境。

## 2. 增進消費者的信任

客戶資料使用的公司和區域原則將繼續擴大和改變。行銷人員需要協助解決有關使用客戶資料和滿足消費者隱私權請求的持續變化的需求。**Adobe Real-Time CDP** 為行銷人員提供開箱即用的靈活控制權，以設定如何管理、存取以及啟用客戶資料。直接在工具中套用相應的資料使用標籤，設定角色型存取權限，強制實施關鍵原則。

## 3. 建置可隨時隨地更新的、獨特的個人資料

在大多數組織中，寶貴的客戶資料仍舊在整個企業各系統中孤立存放。要建立完整的客戶個人資料，行銷人員需要存取這些資料，以將已知和未知資訊整合到所有行銷團隊的一個可管理的單一檢視中。藉助 **Adobe Real-Time CDP**，您可以將個人和公司資料（包括內部和外部，已知和未知資料）整



合到單一的統一個人資料中，並且可以即時啟用。行銷人員無需手動匯集資料，就可以存取強大的個人資料，並且該資料會隨時更新。結果：可存取黃金客戶記錄，企業的行銷團隊可以使用該記錄推動跨通道的行銷策略。

4. **瞭解您客戶的一舉一動**  
您需要在整個歷程中跨所有通道追蹤客戶的能力，從廣告印象到網路造訪，再到門店造訪。藉助 **Adobe Customer Journey Analytics**，您可以為區段或個別客戶建立跨通道的視覺效果。例如，比如說您想要瞭解造訪者為何以及何時造訪您的網站客戶服務中心。您可以建立度量的快速檢視，該檢視將顯示哪些網頁引發的服務中心呼叫最多。您還可以使用產品、訂單以及收入的合併度量，在單一介面中追蹤跨通道的產品購買。

## Adobe Customer Journey Analytics

顯而易見，現在進行了開發 360 度客戶檢視以及資料驅動的決策制定方面的新投資之後，高層領導們迫切需要跨通道和跨裝置的客戶體驗。但是團隊在努力發現和交付可行動客戶見解時所面臨的挑戰並非微乎其微。互不相連的資料孤島，情境和資料發現功能的缺失，存取、通訊以及依見解採取行動的方式受限，使得大多數組織無法全力以赴地提供更好的客戶體驗。

有了 **Adobe Customer Journey Analytics**，品牌可以適應和瞭解客戶價值轉變以及新的互動模式，透過連接、情境化以及分析各種互動點，來利用行為資料創造價值。

# 如何在 Customer Journey Analytics 中建立區段



## 規劃

在建立區段和設定區段管理環境之前您是否對所有適用的問題進行了提問？您在設計區段的時候是否考慮了明確的目的和具體的用途？



## 建置

建置和編輯在所有 Analytics 功能中使用的區段。



## 標記

標記區段以便於整理和共享。瞭解如何為簡單和進階搜尋和整理規劃和指定標籤。



## 核准

核准區段以使其成為標準。



## 套用

您可以直接從報告的區段邊欄套用區段。



## 分享

將區段分享給其他 Analytics 工具中的目標受眾以及 Adobe Target 和 Adobe Experience Cloud。



## 儲存

按標籤、所有者以及其他篩選器篩選。將區段標記為我的最愛也是一種整理區段使其便於使用的方法。

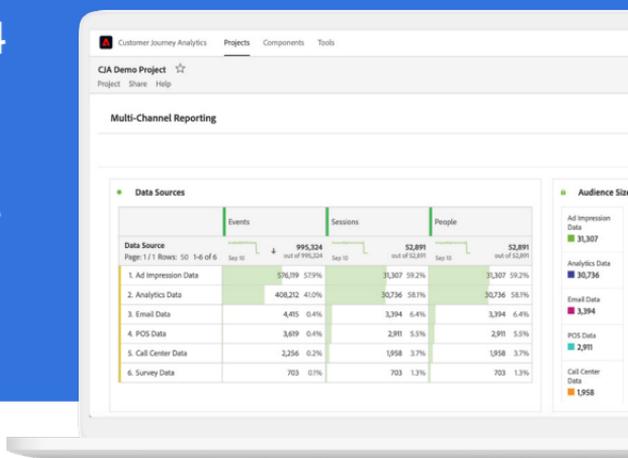
# 分析和回應客戶活動

## 5. 即時分析資料

企業的成敗在於您能否快速且堅定地採取行動回應客戶活動。您需要在沒有 IT 協助下可以即時查詢資料的解決方案。例如，您可能想要在不執行通常需要數日或者數周來檢視的分析的情況下，就可以查詢大型促銷活動的店內和線上流量，例如，黑色星期五或網路星期一。藉助 **Adobe Customer Journey Analytics**，您可以建立易於使用的自助資料檢視，並且該檢視即時更新。

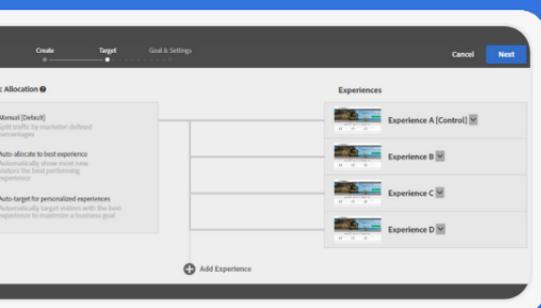
## 以您的方式詮釋資料

合併 Adobe Experience Platform 的資料集，將它們連結到 Customer Journey Analytics 以建立資料檢視。



## 6. 為每位訪客提供個人化的體驗

若要增加客戶互動，您需要為所有造訪者動態個人化您的網站。Adobe Target 提供複雜的 A/B 和多變數測試，以瞭解不同受眾群體的需求，同時活動圖協助行銷人員在建設網站期間制定可行動的決策。這些功能特別有用，例如，當您想要重新排列網頁上的項目，快速測試這些項目與特定群組合作的有效性時。藉助 Adobe Target 的自動定位功能，您可以使用機器學習來為網站上的每一位訪客提供豐富且符合情境的個人化。



## 使用自動定位推動轉化

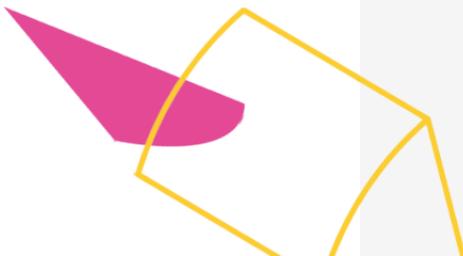
透過強大的機器學習合併您的行銷資料，從而在合適的時間向恰當的人們提供最合適的內容。



- 
7. 提供客戶無法回絕的優惠吸引和保留客戶並且建立品牌忠誠度的最好方法是不斷提供個人化的優惠和促銷。向客戶傳送優惠時，您想要在合適的時間鎖定恰當的人員。Adobe Target 的自動化優惠功能使用人工智慧協助您找到客戶的主要特征，建立自動化的區段，這樣，您可以提供個人化的優惠，實現最佳成效。例如，零售網站可能自動為購買了徒步鞋的訪客提供背包的特別促銷價格。

## Adobe Target

Harvard Business Review Analytic Services (HBRAS) 最新的研究發現，客戶體驗位居企業五大要務之中，但是當今幾乎沒有企業聲稱他們在客戶體驗方面表現出色。事實上，1100 位行政人員參與的 HBRAS 調查顯示，僅 15% 認為他們可以提供客戶資料的單一（360 度）檢視，並且擁有可以利用這些見解的組織結構。同樣地，僅 17% 表示他們的組織在見解、互動或者兩方面都做得很好。這時候就需要 Adobe Target 中的 AI 了。AI 可以協助提供大規模的即時個人化，讓您根據當時的見解和受眾快速採取行動，因此，您可以確定並提供下一個最佳體驗、內容或者優惠。



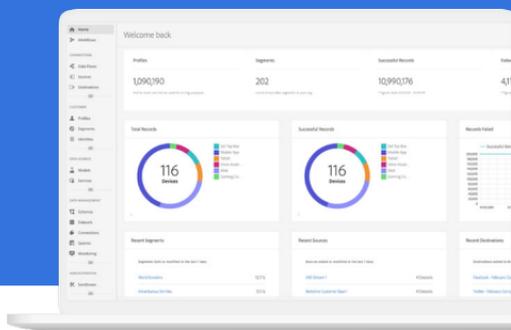
# 啟用見解打造更好的體驗

## 8. 不斷改進體驗

無論您向客戶直接銷售還是 B2B，您都需要購買偏好和行為的豐富見解，以便您可以更好地與客戶互動。藉助 Adobe Real-Time CDP，在統一檢視中擁有所有客戶資訊可以讓您的行銷團隊即時存取一致的個人資料。此資料實現了更豐富的客戶見解，協助您提供更好的 B2C 和 B2B 購買體驗。例如，您的客戶最近的線上行動資料可能提示您立即展開新的行銷活動。

## 善用 Real-Time CDP 啟用您的所有資料

收集、標準化資料，並統一到即時個人資料中，大規模地推動精彩的客戶體驗。



## 9. 保持訊息傳遞的一致

在當今競爭激烈的線上市場中，個人化發揮著前所未有的重要性。以一致、高效的方式個人化客戶體驗是本質需求。透



過在付費媒體(包括社交平台)和自有通道(例如電子郵件、網站、應用程式)預先建置的整合,Adobe Real-Time CDP 協助您跨通道統一開啟個人化的行銷活動,使得您的訊息傳遞保持穩定且明晰。

## 10. 不錯過任何讓人感動的良機

比如您正在開展新的行銷活動,需要最新的受眾區段,以便您可以精確定位恰當的個人。Adobe Real-Time CDP 允許客戶隨時隨地流入、流出關鍵區段,為您提供建立恰當的受眾所需的資料。您可以即時回應客戶活動,向任何目的地提供即時的體驗,包括網路、電子郵件、行動裝置以及 IoT 裝置。

## Adobe Real-Time CDP

如果說客戶資料平台(CDP)的市場正在快速壯大,未免有些保守了。根據 Valuates Reports,全球客戶資料平台市場規模在 2025 年有望增長到 41 億美元(2019 年這一數字僅為 11 億美元),平均年度增長率為 24.19%。企業想要改進客戶體驗的願望在很大程度上推動了這一增長。CDP 透過統一組織的客戶資料,使得企業輕鬆地提供個人化的多通道體驗,從而實現了企業的願望。

Adobe Real-Time CDP 在收集活動資料時判斷造訪者是否符合受眾區段的資格,使得您可以提供即時、相關的客戶體驗。已更新的受眾可用於其他通道,例如廣告、社交媒體、網站、電子郵件,確保一致的個人化。

# 執行下一步

毫無疑問，企業的成功很大程度上取決於您是否能夠使用客戶資料和見解來提供震撼的個人化體驗。花點時間找到恰當的資源和工具集協助您完成此任務是最基本的。畢竟，回報是相當豐厚的，帶來更高的客戶保留率和更強的吸引新客戶的能力，以及品牌忠誠度和相關性的提升。

Adobe 提供了卓越的功能，透過複雜的資料、見解以及受眾解決方案發揮客戶資訊的功能。探究這些功能將如何解決您企業的具體需求。

[深入了解](#)

[申請示範 >](#)

[Adobe Target >](#)

[Adobe Customer Journey Analytics >](#)

[Adobe Real-Time CDP >](#)

# 資料來源

Brian Solis, 「為何數位化不足以滿足新客戶體驗 (CX) 的迫切需求」, 2021 年 7 月《哈佛商業評論》

「客戶資料平台 (CDP) 市場規模在 2025 年將預計為 411,787 萬美元」, 2020 年 9 月 Valuates Reports



© 2021 Adobe.保留所有權利。  
Adobe、Adobe 標誌、Adobe Customer Journey Analytics、  
Adobe Target 以及 Adobe Real-Time CDP 是 Adobe 在美國及/  
或其他國家/地區的註冊商標或商標。