



《十项卓越能力》

了解 Adobe 数据、洞察、
和受众解决方案可以如何帮助您
更好地了解客户
并创建个性化体验。



目录

与客户建立联系	4
集成在线和离线数据	4
增强消费者的信任感	4
建立可随时随地更新的专属档案	4
了解客户与您的所有互动	5
分析并响应客户活动	7
实时分析数据	7
为每位访客提供个性化服务	8
为他们提供无法拒绝的优惠	9
激活洞察力以提供更好的体验	10
不断改善体验	10
消息传递保持一致	10
绝对不要错过赢得喝彩的机会	11
采取下一步行动	12

提供基于对客户理解的真正个性化体验是当今数字商务领域竞争的主题。为了让您的企业脱颖而出并领先于竞争对手,您需要正确的分析工具。Adobe 可以通过连接、分析和处理您的数据来帮助您更好地了解客户并个性化他们的体验。

本指南分享了 Adobe 数据、洞察和受众解决方案的 10 项卓越能力,并解释了它们如何帮助您在整个客户旅程中动态提供个性化体验。我们将重点关注关键功能提供切实价值的三个领域:

- **连接**

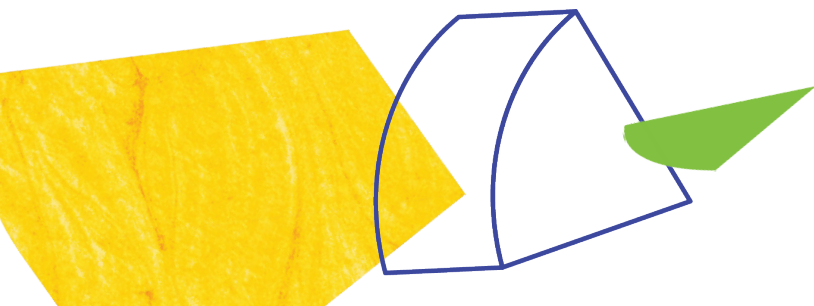
创建强大的实时客户档案。

- **分析**

跨所有渠道实时访问数据和洞察。

- **激活**

根据需要扩展以支持企业用例。





与客户建立联系

1. 集成在线和离线数据

了解客户的一个重要部分是能够了解他们如何以及在何处购买您的产品或服务 — 最好是在一个单一、统一的视图中。例如,您需要一种简单的方法,对通过网络、应用程序、销售点和呼叫中心下达的订单进行比较。**Adobe Customer Journey Analytics** 让您可以将来自各个渠道的所有数据整合到一个单一界面中,以便对其进行实时分析,这有助于您做出更好的决策并了解客户行为背后的情境。

2. 增强消费者的信任感

关于客户数据使用的公司和区域政策将不断扩展和调整。营销人员需要帮助满足客户数据使用和尊重消费者隐私请求方面不断变化的要求。**Adobe Real-Time CDP** 使营销人员能够访问开箱即用的灵活控件,以配置管理、访问和激活客户数据的方式。可以直接在工具中应用适当的数据使用标签、设置基于角色的访问权限并实施关键策略。

3. 构建可随时随地更新的专属档案

在大多数组织中,有价值的客户数据仍然散落在整个企业系统的各个孤岛中。要创建完整的客户档案,营销人员需要访问这些数据,将已知和未知信息整合到一个跨所有营销团队的可管理视图中。借助 **Adobe Real-Time CDP**, 您可以将个人和公司数据(内部和外部、已知和未知)整合到一个可以实时激活的统一档案中。营销人员可以访问每时每刻都在更新的强大档案,而无需手动将数据整合到一起。结果:访问优



质客户记录,供整个企业的营销团队使用以推动跨渠道营销策略。

4. 了解客户与您的所有互动
您需要能够在整个旅程中跟踪所有渠道(从广告展示到 Web 访问再到店内访问)的客户。借助 **Adobe Customer Journey Analytics**,您可以为细分市场或单个客户构建跨渠道视图。例如,假设您想了解网站的访客为何以及何时致电客户服务。您可以构建一个指标快速视图,包含可显示哪些网页给呼叫中心带来最多呼叫的指标。您还可以通过组合的产品、订单和收入指标,在单个界面中跟踪跨渠道的产品购买。

Adobe Customer Journey Analytics

很明显,随着开发 360 度客户视图和数据驱动决策方面进行了新的投资,改善客户体验(跨渠道和跨设备)现在已经成为公司CXO们的当务之急。但是,试图发现并交付可操作的客户洞察的团队所面临的挑战并不简单。分散的数据孤岛、缺乏背景信息和数据发现能力,以及访问、交流和对洞察采取行动的方式有限,使大多数组织无法专注于改善客户体验。

借助 **Adobe Customer Journey Analytics**,品牌可以适应和了解消费者价值转变和新的互动模式,通过连接、情境化和分析各种参与点从行为数据中创造价值。

如何在 Customer Journey Analytics 中创建细分

 计划	在构建细分和设置细分管理环境之前, 您是否提出了所有正确的问题?您在设计该细分时是否考虑了其预期目的和不同的使用情况?
 构建	构建和编辑用于所有 Analytics 功能的细分。
 标记	标记细分以便组织和共享。了解如何计划和分配标签, 以进行简单和高级的搜索和组织。
 批准	批准细分以使其成为规范。
 应用	您可以直接从报表的细分栏应用细分。
 分享	与其他 Analytics 工具中的目标受众以及 Adobe Target 和 Adobe Experience Cloud 共享您的细分。
 存储	按标签、所有者和其他筛选器进行筛选。将细分加入收藏夹是组织它们以方便使用的另一种方式。

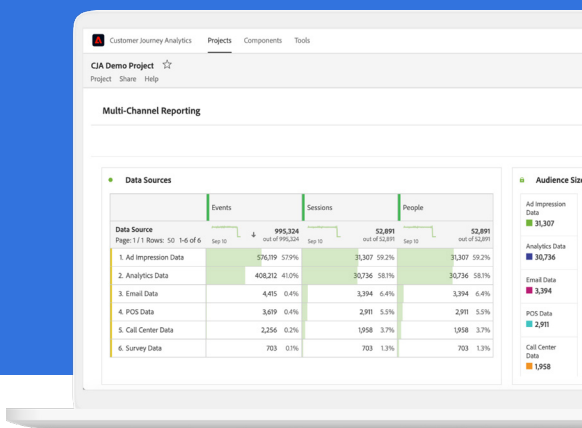
分析和响应 客户活动

5. 实时分析数据

能否采取快速、明确的行动来响应客户活动是决定业务成败的关键。您需要一种无需 IT 帮助即可实时查询数据的解决方案。例如，您可能想要查看大型销售活动（如黑色星期五或网络星期一）的店内和在线流量，而不执行可能需要数天或数周才能查看的典型分析。借助 **Adobe Customer Journey Analytics**，您可以创建实时更新且易于使用的自助式数据视图。

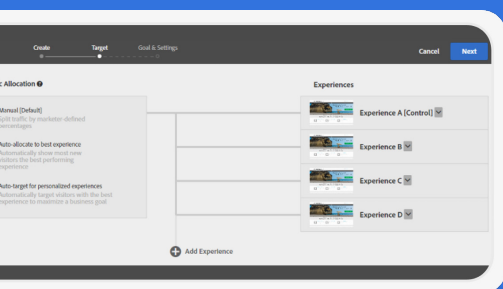
按您的方式 来解释您的数据

整合来自 Adobe Experience Platform 的数据集并将它们与 Customer Journey Analytics 连接起来，以创建数据视图。



6. 为每位访客提供个性化服务

为了提高客户互动率,您需要针对所有访客动态个性化您的网站。**Adobe Target** 提供复杂的 A/B 和多变量测试,以了解不同受众群体的需求,而活动地图可帮助营销人员在网站创作期间做出切实可行的决策。这些功能非常有用,例如,当您想要重新排列网页上的项目并快速测试它们对某些群体的效果时。借助自动定位 (Adobe Target 的一项功能),您可以启用机器学习,为网站上的每位访客提供丰富的情境个性化。



使用自动定位 推动转化

将您的营销技巧与强大的机器学习相结合,在正确的时间向正确的受众提供正确的内容。



7. 为他们提供 无法拒绝的优惠

吸引和留住客户并建立品牌忠诚度的一个好方法是经常提供个性化的优惠和促销。向客户发送优惠时，您希望在正确的时间定位正确的人。**Adobe Target** 的自动优惠功能使用人工智能来帮助您查找客户的关键属性并创建自动化细分，让您可以提供能获得最佳效果的特别优惠。例如，零售网站可能会自动为购买过登山靴的访客提供背包的特别促销价。

Adobe Target

哈佛商业评论分析服务 (HBRAS) 的新研究表明，客户体验是企业的五大优先事项之一，但目前很少有企业声称自己在这方面做得很好。事实上，HBRAS 对 1,100 多名高管开展统一调研报告称，只有 15% 的受访者表示他们同时拥有统一 (360 度) 客户数据视图以及利用这些洞察的组织结构。同样，只有 17% 的受访者表示他们的组织在洞察和/或互动度方面表现出色。**Adobe Target** 中的 AI 正好可以在这方面大展身手。它可以促进大规模的实时个性化，让您可以立即根据洞察和受众迅速采取行动，这样您就可以确定并提供下一个最佳体验、内容或优惠。

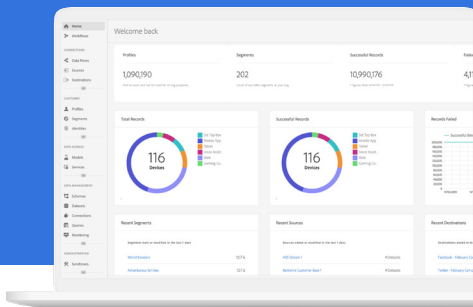
激活洞察力以提供更好的体验

8. 不断改善体验

无论是直接面向客户销售还是进行 B2B 销售,都需要对购买偏好和行为有丰富的洞察力,以便更好地与客户互动。Adobe Real-Time CDP 将所有客户信息整合到一个统一的视图中,使您的营销团队能够实时访问一致的档案。这些数据可以提供更丰富的客户洞察,并帮助您提供更好的 B2C 和 B2B 购买体验。例如,有关客户近期网络活动的数据可能会提示您立即推出新的活动。

通过 Real-Time CDP 激活所有数据

收集、规范数据并将其整合到实时档案中,从而大规模提供出色的客户体验。



9. 消息传递保持一致

在当今竞争激烈的网络市场中,个性化比以往任何时候都更加重要。以一致且有效的方式提供个性化的客户体验至关重要。Adobe Real-Time CDP 具有跨付费媒体(包括社交媒



体)和自有渠道(例如电子邮件、网站上、应用程序内)的预构建集成,可帮助您以一致方式跨渠道激活个性化活动,从而使您的消息传递保持稳定和清晰。

10. 绝对不要错过 赢得喝彩的机会

假设您正在开展一项新促销活动,并且需要最新的受众细分,以便可以准确定位到合适的人。**Adobe Real-Time CDP** 允许客户实时地在关键细分流动,为您提供创建正确受众所需的数据。您可以对客户事件立即做出反应,并向任何目标位置(包括 Web、电子邮件、移动设备和物联网设备)提供及时的体验。

Adobe Real-Time CDP

“客户数据平台(CDP)市场正在迅速增长”是一种保守的说法。根据 Valuates Reports 的数据,全球客户数据平台市场规模预计到 2025 年将增长到 41 亿美元(2019 年仅为 11 亿美元),复合年增长率为 24.19%。这种增长在很大程度上是由组织提供更好的客户体验的愿望推动的。CDP 可以通过整合整个组织的客户数据,轻松实现个性化的多渠道体验来满足这一愿望。

Adobe Real-Time CDP 会在收集事件数据时确定符合受众细分条件的访客,从而使您能够提供及时、相关的客户体验。更新后的受众可用于广告、社交媒体、网站和电子邮件等其他渠道,确保一致的个性化。

采取下一步行动

毫无疑问，业务成败在很大程度上取决于能否使用客户数据和洞察来提供引人入胜的个性化体验。花时间寻找合适的资源和工具来促进这项工作至关重要。毕竟，这种做法的回报可能是巨大的 — 可以提高客户留存率、增强吸引新客户的能力并提高品牌忠诚度和相关性。

Adobe 提供卓越的功能，可通过复杂的数据、洞察和受众解决方案来利用客户信息的力量。了解这些功能如何满足业务的特定需求。

[了解更多](#)

[请求演示 >](#)

[Adobe Target >](#)

[Adobe Customer Journey Analytics >](#)

[Adobe Real-Time CDP >](#)

资料来源

Brian Solis, “为什么向数字化转型还不足以满足新客户体验 (CX) 的迫切需求,” 哈佛商业评论, 2021 年 7 月。

“到 2025 年, 客户数据平台 (CDP) 的市场规模预计将达到 411,787 万美元,” Valuates Reports, 2020 年 9 月。



© 2021 Adobe.保留所有权利。

Adobe、Adobe 徽标、Adobe Customer Journey Analytics、Adobe Target 和 Adobe Real-Time CDP 是 Adobe 在美国和/或其他国家/地区的注册商标或商标。