

功能亮點

Adobe Journey Optimizer — 在每個決策點 進行智慧決策

在每位客戶使用您品牌的整個歷程中，為他們提供
接下來最需要的內容、優惠或體驗。

品牌面臨著向每位客戶提供相關且個人化的體驗，並在管理大
量內容的同時確保各通道之間一致性的挑戰。

為客戶提供個人化的內容和優惠變得越來越複雜。品牌面臨著向每位客戶提供相關且個人化的體驗，並在管理大量內容的同時確保各通道之間一致性的挑戰。生成式 AI 引入了建立內容變化版本的新方法，加速了內容生產速度，並為內容供應鏈引入了複雜的工作流程。品牌需要一種方法來集中管理、個人化和最佳化跨通道和客戶歷程的內容與優惠，並始終如一地利用加速的內容生產速度和 AI，以大規模地提供高度個人化的體驗。

Adobe Journey Optimizer 的決策功能結合下列要素，可讓品牌在客戶歷程中的每一個接觸點提供下一個最佳內容或優惠：



即時客戶檔案：一個全面且不斷更新的客戶視圖，能夠整合企業內多個來源的數據，
並作為提供客戶最佳體驗決策的基礎。



中央決策管理：一個用於建立與管理內容及優惠活動的集中位置，配備了一套標準化的決策架構，無論涉及哪個通道、面向哪類客群或處於哪個歷程階段，都能應對自如。



智慧決策：開放且可延伸的決策引擎，套用業務規則、AI 及機器學習技術，並進行實驗以確定資格和排名，從而為任何個別客戶確定下一個最優的內容或優惠方案。



全面的分析：用於查看關於收益、參與度和自訂指標的決策分析，以及觀察 AI 模型表現的儀表板。



隱私與信任：一套工具和框架，旨在加強數據治理、隱私保護和安全措施，以符合內部政策、法規要求以及客戶偏好。

跨通道連接客戶身份。

大規模提供個人化體驗，首先要從數據戰略著手。舊有的數據治理方法和各自為政的數據庫會導致組織內部出現資訊孤島。行銷人員與面向客戶的團隊缺少一個關於客戶檔案和個人歷程的中央真實數據來源，從而導致客戶身份碎片化，同時所提供的優惠也因缺乏完整背景而顯得突兀。為此，品牌急需一套方法來統合每位客戶在不同通道的身份，並運用統一的客戶數據來選擇並提供更加相關、更具個人化的內容與優惠。

單一真相來源

Journey Optimizer 的決策功能在確定內容或優惠資格時，會依賴 Adobe Experience Platform 的即時客戶檔案作為每位客戶的單一真相來源。該即時客戶檔案將所有企業數據、客戶數據以及情境數據整合成一個全面且統一的客戶檔案，並會根據客戶的偏好、行為、特質及情境數據進行持續的整合與更新。

即時與批次客群

即時客戶檔案會以批次和即時處理兩種方式更新客群資訊。Journey Optimizer 的決策引擎在根據優惠規則或一系列優惠的集合來判斷客戶資格時，會考量客群成員資格。即時客戶檔案更新可讓決策即時化、數據化，從而提高相關性和參與度。

原生平台方法

當決策引擎傳送每項內容或優惠時，即時客戶檔案會根據每位客戶的回應進行更新並記錄。這樣原生數據治理和工作流程便可使用全企業共用的最新數據。更重要的是，這讓決策過程能夠充分利用最新數據，在瞭解客戶已有體驗的基礎上，精準推送下一個最契合客戶需求的內容與優惠。

通道間一致的內容與優惠體驗

雖然訊息設計工具能夠輕鬆地在原生通道中插入內容和優惠，但基於代碼的全新體驗通道或 Edge API 允許將決策直接整合到任何入埠介面或第三方 REST API 中。行銷人員和開發人員可為訊息新增客戶在整個客戶歷程中可即時使用的個人化內容和優惠。因為即時客戶檔案會在任何通道傳送內容或優惠時進行更新，所以消費者在任何裝置或接觸點都能享受到一致的全通道體驗。

建立並管理可擴展的內容與優惠決策模型

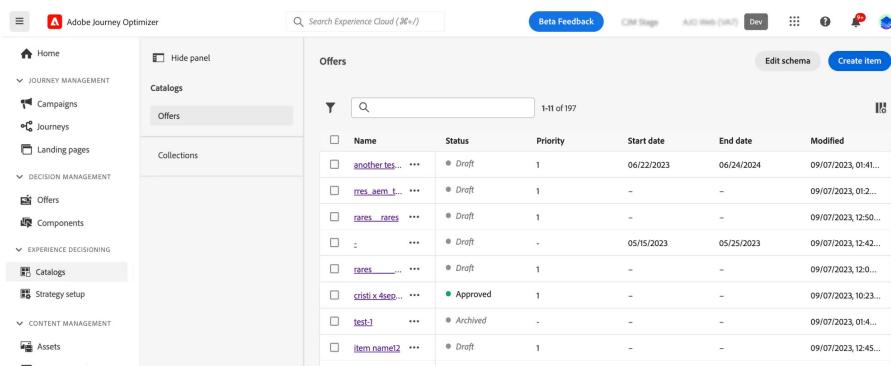
為了簡化內容和優惠在各個通道的部署，品牌需要一個與所有行銷和面向客戶的工具整合的中央管理系統。用於決策的中央內容目錄和集合，可讓使用者在單一位置建立和管理優惠及其他「決策項目」。這個統一的決策項目庫可加快產品上市時間，提高營運效率，可讓品牌提供一致的個人化客戶體驗。

Adobe Experience Platform XDM 框架

Adobe Experience Platform 採用的統一體驗數據模型 (XDM) 架構和基於架構的方法，能夠整合數據、智慧及客戶情境，從而進行由 AI 推動的決策，這些決策涵蓋了客群、通道、內容及歷程等方面。此方法可讓 Journey Optimizer 為每位客戶提供最佳化業務價值的下一個最佳體驗。品牌可以建立 XDM 類別來將數據組織成關鍵類別，例如客戶檔案、服務互動和事件。這些結構化的類別是構建用於 Journey Optimizer 決策模型的 Experience Platform 架構的基礎元素，詳細說明了每個目錄中的特定屬性和關係。

內容與優惠目錄

內容和優惠目錄是管理和組織決策項目的中心容器，這些決策項目用於跨通道的即時個人化。每個目錄連結到一個具有可修改屬性的 XDM 架構。決策功能目前支援目錄內的字串、整數、布爾值、日期、日期時間以及決策資產等數據類型，並會隨著時間的推移增加更多類型。



The screenshot shows the Adobe Journey Optimizer interface. On the left, there's a navigation sidebar with sections like Home, JOURNEY MANAGEMENT (Campaigns, Journeys, Landing pages), DECISION MANAGEMENT (Offers, Components), EXPERIENCE DECISIONING (Catalogs, Strategy setup), and CONTENT MANAGEMENT (Assets). The main area is titled 'Offers' under 'Catalogs'. It shows a table with columns: Name, Status, Priority, Start date, End date, and Modified. There are 1-11 of 197 items listed, including rows for 'another tes...', 'rres_aem_1...', 'rares_rares...', and others. A search bar at the top right says 'Search Experience Cloud (⌘+F)'.

目錄可讓您管理決策項目和決策項目集合，以便用於跨通道個人化。

什麼是 XDM？

Experience Data Model (XDM) 是由 Adobe 開發的標準化框架，旨在統一和構建跨應用程式和服務的客戶體驗數據結構。它為強大的數據管理、更快的分析結果、無縫互操作性以及與 Platform 服務的精確個人化提供了一種通用語言和模式。作為 Adobe Experience Platform 的基礎，XDM 可讓企業在各行各業和各個通道中提供量身定製且及時的客戶體驗。

什麼是 XDM 架構？

在 Adobe Experience Platform 中，Experience Data Model (XDM) 架構以一致且可重用的方式定義了數據的結構，確保數據在各系統間保持其意義。使用基類和可選欄位群組來組合模式，企業可以對其數據進行標準化，從而實現無縫擷取、有意義的分析及價值提升。

您可以從目錄中存取決策項目的架構，並根據業務需求編輯與架構相關的屬性。

決策項目

決策項目是可以根據特定業務需求，使用標準和自訂屬性在中央目錄和一系列集合中組織起來的定制化內容和優惠。在定義決策項目時，可以基於利用目錄架構中任何屬性的多個規則，將它們動態分組到集合中。設定決策項目的優先級可讓決策引擎在多個項目符合條件時確定其優先順序。Adobe Experience Platform 的統一標籤可對決策項目進行分類並提高它們的可搜尋性。

頻率上限

頻率上限可套用於所有訪客，或在客群或客戶檔案層級上套用，它指定了一個優惠方案或內容可以展示、在入埠通道上顯示或被點按的最大次數。也可以建立和套用自訂事件，例如，當一個客戶檔案已經兌換過一次優惠券後，限制該優惠券優惠的再次展示。對於其客戶檔案不符合任何決策項目資格的客戶，他們可以收到使用者定義的替代優惠方案和內容。為了最佳化接觸點同時保持參與度，每個決策項目最多可以定義 10 個限制規則。

頻率上限規則透過控制在各個接觸點上客戶接收或參與優惠方案或內容決策項目的頻率，來防止客戶感到疲勞。

確保為每位客戶提供下一次最佳體驗

品牌希望根據通道的環境、客戶歷程的階段以及客戶資格，來確定向每位客戶展示的最佳內容或優惠方案。這要求能夠建立規則來確定優惠資格和優先順序。Journey Optimizer 的決策功能提供了一個先進且集中的決策引擎，可在最佳化商業價值的同時，套用規則、優先順序和約束條件。

資格規則

在 Journey Optimizer 中為決策項目設定規則時，為內容或優惠方案定義資格決策規則可確保每個決策項目都按照預期在各個接觸點和通道上向正確的個人展示。決策規則透過套用約束條件來定義特定決策項目的客群，這些約束條件可以直接在決策項目層級套用，也可在特定的選擇策略內套用。依預設，所有客戶檔案都有資格成為決策項目的客群。為了改進目標定位，並

The screenshot displays two main sections of the Journey Optimizer interface. On the left, a sidebar navigation menu includes categories like Home, JOURNEY MANAGEMENT (Campaigns, Journeys, Landing pages, Reports), DECISION MANAGEMENT (Offers, Components, Catalogs, Strategy setup), and EXPERIENCE DECISIONING. The 'Strategy setup' section is currently selected. On the right, the main content area shows the 'Decision rules' page with a search bar and a table listing nine rules. The table columns are Name, Description, and Modified. Below this is the 'Create rule' dialog, which allows users to define rules based on attributes (Gender equals Female AND City equals London) and audience properties (114.44K qualified profiles). A summary at the bottom indicates 37.98% of total profiles meet the criteria.

資格決策規則定義哪些客戶檔案有資格接收優惠方案或內容決策項目，起初所有客戶檔案都有資格，然後套用限制條件，直到只有適合該決策項目的客戶檔案才保留資格。

確保與決策策略保持一致，可以對更廣泛的細分客群套用客群定位，或者套用詳細的規則細緻地控制哪些客戶檔案有資格獲得優惠方案或內容。

選擇策略與決策原則

強大的選擇策略與決策原則框架可實現強大的決策項目定向。選擇策略可以重用並按特定順序排列，是決策的基礎構建塊。它們由決策項目集合、資格約束條件及排名方法組成，用於在決策原則中被選中時確定要展示的最佳內容或優惠方案。決策原則包含決策引擎為每個客戶檔案選擇最佳內容和優惠方案所需的全部選擇邏輯。使用者可以按順序拖放單個決策項目，並提供多個備選方案。

The screenshot shows the Adobe Journey Optimizer interface. On the left, there's a navigation sidebar with sections like Home, JOURNEY MANAGEMENT, DECISION MANAGEMENT, Offers, Components (with Experience Decisioning, Catalogs, Strategy setup), and Content Management. A red box highlights the 'Components' section. In the main content area, there's a 'Selection strategies' section with a 'Ranking methods' sub-section. This sub-section has three items: 'Offer priority', 'Ranking AI model', and 'Ranking formulas'. A red box highlights this sub-section. Below it is a table listing various selection strategies, each with columns for Name, Collection, Ranking method, Eligibility, and Last modified. The table shows 1-13 of 122 results.

Name	Collection	Ranking method	Eligibility	Last modified
E2E Selection Strat	Audi Collection	Offer priority	Rule	09/07/2023
cristi sele	parrots	Offer priority	None	09/07/2023
	cristi routing tes...	Offer priority	None	09/05/2023
Manual E2E - Start	Manual E2E - St...	Offer priority	Rule	09/02/2023
Manual E2E - Stark	Manual E2E - St...	Offer priority	Any	09/02/2023
cristi rules	PINEAPPLES	Offer priority	None	09/01/2023
cristi audiences	APPLES	Offer priority	None	09/01/2023
Manual E2E - Stark	Manual E2E - St...	Offer priority	None	09/01/2023
Manual E2E - Stark	Manual E2E - St...	Offer priority	Any	08/31/2023
	Pierre's 2nd coll...	AI model	Rule	08/31/2023
Pierre's SS2	Pierre's 2nd coll...	Offer priority	Rule	08/31/2023
	ItemCollection1...	Offer priority	Rule	08/31/2023
Pierre's SS	Pierre's 2nd coll...	Formula	Rule	08/31/2023

選擇策略指定決策項目、資格規則和排名方法，以確定向某個客戶檔案或客群傳達的最佳優惠方案或內容。

公式排名

除了手動設定和使用優惠方案與內容的優先順序分數進行決策外，使用者還可以建立排名公式，以確定應首先展示哪個優惠方案或內容。例如，一個公式可以提高所有結束日期在 24 小時以內的優惠方案的優先順序。或者，如果客戶檔案的興趣領域是跑步，排名公式可以提高「跑步」類別中的優惠方案優先順序。

Name	Last modified	Description
Offer Priority	09/05/2023, 04:03 PM	-
Old Offer Priority less than 10	06/30/2023, 10:12 PM	-
Offer Priority More than 10 Ranking Form...	06/30/2023, 08:04 PM	-

在選擇策略中套用的排名公式提供自訂決策邏輯，使用各種屬性來確定首先呈現的內容或優惠方案。

排名公式提供具有循環、計數器和比較功能的自訂決策邏輯選項。它們可以使用客戶檔案屬性、情境數據以及與決策項目相關的屬性。這些公式在建立後可以套用於選擇策略。在使用選擇策略時，如有多個符合展示資格的優惠方案和內容，決策將使用選定的公式來計算應首先傳送哪個優惠方案。

AI 排名

AI 推動的決策利用訓練過的模型自動為個人客戶檔案排定優惠方案的優先順序。AI 模型持續運行即時評估和評分，最佳化任何自訂的商業目標指標，以提供合適的體驗。這些 AI 模型在建立後可以套用於選擇策略。如有多個優惠方案符合資格，模型將確定在特定的選擇策略下應該首先展示哪一個。

Maximum 5 active AI ranking models allowed in the library.

Name *
Add name

Model type *
Personalized optimizati...

Description
Add description

Optimization metric
Ranking offers based on the conversion rate. Offers with higher conversion rates are shown first. Conversion rate = Total number of conversion events / Total number of impression events.

Conversion event
Offer clicked

Dataset
Select datasets where the conversion and impression events are collected.

Dataset *
Select an option Maximum 5 datasets

Segments
Select segments to be used in training the AI model.

+ Add segment Maximum 50 segments

可在選擇策略中套用的 AI 模型是經過訓練的模型，它們已根據業務指標進行最佳化，可根據業務指標自動對優惠方案進行排名。

Journey Optimizer 提供兩類 AI 模型：自動最佳化模型和個人化的最佳化模型。自動最佳化模型利用 AI 提供能夠最大化業務使用者指定的 KPI（例如轉換率和收入）的優惠方案，並根據優惠方案或內容的整體表現進行最佳化。而在個人化的最佳化模型中，業務目標由模型而非使用者定義，並利用客戶數據來訓練數據，從而提供個人化的優惠方案和內容，以最大化這些由模型定義的目標。

品牌可以根據 Customer Journey Analytics 指標最佳化模型。例如，使用者可以基於自訂的購買指標來建立個人化的最佳化模型，而不僅限於 Journey Optimizer 中提供的指標。開發者和機器學習團隊可以在建立 AI 模型的過程中選擇 Customer Journey Analytics 數據視圖，從而確保與業務目標一致。

品牌可以根據 Customer Journey Analytics 指標最佳化模型。

大規模實驗

AI 模型的創新和自訂傾向評分推動測試修改內容元素（如主旨行、正文和影像）及歷程各個方面（包括通道組合、長度和時間順序）影響的需求。此外，將 AI 模型的表現與基於規則的排名方法進行視覺化對比，有助於確定最佳的優惠方案和內容傳遞方式。Journey Optimizer 的決策功能可以大規模實驗數千種體驗變化版本，確保每個人都能接收到最佳內容或優惠方案，從而提高 ROI 並建立客戶忠誠度。它透過整合影像、通道組合、客戶偏好和激勵措施來達成這一目標。

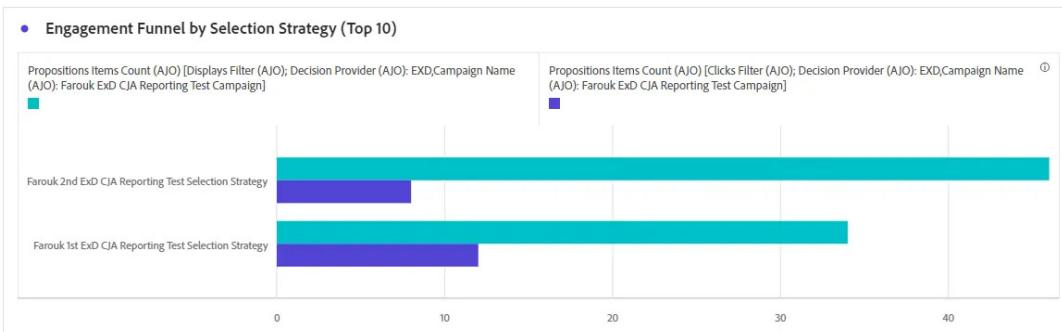
在決策算法中進行實驗可以揭示 AI 模型對決策的影響，並支持快速測試和驗證表現最佳的規則、排名方法和激勵措施的組合。在基於代碼的體驗通道中設定決策原則時，可以新增實驗來測試不同的排名公式、AI 模型和選擇策略。例如，實驗可以測試 AI 自動最佳化與排名公式之間的對比，以揭示哪種方法能帶來最多的轉換。或者，也可透過實驗測試優惠方案中的多個影像屬性，以了解哪個屬性能帶來最高的轉換率。提升報告儀表板可以輕鬆地可視化從 AI 和機器學習排名模型中實現的價值。

視覺化對參與度和客戶終身價值的影響

報告儀表板和分析可將決策數據轉化為可執行的策略，從而推動業務成功。決策分析可幫助品牌識別趨勢、做出基於數據的決策，並即時最佳化客戶體驗。透過直觀的視覺呈現和詳細的指標，使用者可使選擇策略和決策原則與業務目標一致，從而增強優惠方案和內容的整體效果。

報告儀表板與報告視圖

直觀、現成的決策儀表板，可迅速展現行銷活動與客戶歷程表現對優惠與內容傳遞、展示與點按參與、備用方案使用率，或是 AI 與機器學習排名模型帶來的提升等方面關鍵 KPI 的價值。行銷以及產品和工程團隊都能透過特定的決策報告視圖，查看行銷活動與客戶歷程中的訪客參與度，這些視圖涵蓋了所有體驗，包括按選擇策略劃分的最高參與度、決策項目的表現、模型轉換率等。



● Decision Item Performance

Item Name (AJO)	Oct 10		Oct 24	
	Propositions Items Count (AJO)	Displays Filter (AJO)	Clicks Filter (AJO)	Out of 20
1. ExD CJA Reporting Test Offer Item 2	80	27	5	25.0%
2. ExD CJA Reporting Test Offer Item 1	19	19	3	15.0%
3. Farouk ExD CJA Reporting Test Offer Item 1	17	17	7	35.0%
4. Farouk ExD CJA Reporting Test Offer Item 2	17	17	5	25.0%

報告視圖可用於深入分析決策重要方面的表現，例如選擇策略或決策項目。

自訂最佳化指標

與 Customer Journey Analytics 的報告互操作性，可以標準化兩個平台之間的報告流程，並提高數據的一致性和可靠性。Journey Optimizer 與 Customer Journey Analytics 之間的無縫整合，提供了更清晰的效能指標視圖，並新增了功能，例如建立簡單指標、建立和發佈客群、使用 Insight Builder 提出臨時問題，以及排程報告自動電子郵件傳送給特定收件人。

The screenshot shows the Adobe Journey Optimizer interface for the 'Paul's Chill Events' journey. The left sidebar contains a table of contents with sections like Journey Overview, Journey Engagement, Journey Stats, Action Performance, and Event Performance. The main area features a 'Journey Overview' card with four large numbers: 357, 616, 616, and 0. Below this are 'Journey Stats' and 'Action Errors' cards. A right-hand sidebar includes options for 'Use new experience', 'Share', 'Analyze in CJA', and a 'Manage schedules' button.

報告儀表板可實現跨通道、行銷活動和客戶歷程的快速表現分析，並提供自訂篩選功能和報告排程能力。

The screenshot shows the Adobe Journey Optimizer interface. On the left, there's a sidebar with a 'TABLE OF CONTENTS' section containing categories like 'Highlights', 'Journey Engagement', 'Journey Failures', 'CTR', 'CTOR', 'People', 'Clicks', 'Spam Complaints', 'Unsubscribes', 'Journeys', and 'Campaigns'. Under 'Campaigns', there are sections for 'Campaigns' and 'Channels'. The main area displays two data tables. The top table, titled 'Campaigns', has columns for 'People', 'CTR (AJO)', 'Delivered (AJO)', 'Displays (AJO)', and 'Clicks (AJO)'. It lists campaigns such as 'Campaign - takyoshi', 'Paul's Email Campaign', 'Paul's Chill Flavor Camp', etc. The bottom table, titled 'Channels', has columns for 'Journey Name (Event)', 'Campaign Name (AJO) (Event)', and 'Channel (Event)'. It lists channels like 'AJO Enabled Dataview Pauls (prod)'. Both tables have filters at the top and show dates from Aug 21, 2024, to Aug 27, 2024.

Journey Optimizer 與 Customer Journey Analytics 的原生整合，可深入瞭解行銷活動和客戶歷程，從而據此最佳化決策項目和決策其他方面。

確保數據使用的責任性、合規性以及增強客戶信任

數據治理、隱私與安全以及同意權管理，對於建立客戶信任及確保符合監管標準而言至關重要。消費者期望他們的數據能得到妥善處理，因此強大的安全措施和透明的做法勢在必行。

Adobe Experience Platform 可讓品牌收集、分析、最佳化數據並據此採取行動，從而極大地提升客戶體驗。有效的數據管理和治理可確保資訊的準確性、一致性以及合乎道德的使用，而隱私保護措施則可保護敏感的客戶數據。優先處理這些客戶參與的核心方面，不僅能降低風險，還能增強品牌忠誠度和信心。

數據治理

Adobe Experience Platform 的數據使用標籤與執行 (DULE) 框架，允許數據分析師和治理團隊標記數據欄位並為特定通道定義行銷行動，從而為 Journey Optimizer 提供有效的數據治理保障。標籤和行動可以在數據使用政策中結合使用——這些規則描述了允許或限制在 Adobe Experience Platform 內對數據執行哪些行銷行動，以有效支援數據合規性。

Adobe Experience Platform 支援基於執行的行銷行動和數據使用標籤來限制數據啟用的數據治理政策。例如，治理政策可能會禁止將標記為「ePHI」的敏感健康資訊用於電子郵件個人化。Experience Platform 還支援同意政策，以根據每位客戶的同意或偏好來篩選可以啟用到目的地的客戶檔案。

數據使用政策可以無縫套用於行銷活動、客戶歷程和自訂行動，確保所有通道的合規性及合乎道德的數據使用。這種方法有助於在最佳化客戶體驗的同時，維護數據完整性和法規遵從性。作為 Adobe Experience Platform 應用程式的附加元件，醫療保健護盾及隱私與安全護盾旨在提供進階的隱私、治理和安全功能。使用 Journey Optimizer 的客戶生命周期最佳化在整個客戶歷程注重於即時、智慧的決策。透過在任何通道或行銷活動中啟用由 AI 推動的

The screenshot shows the Adobe Journey Optimizer interface. On the left is a navigation sidebar with sections like Home, Journey Management, Decision Management, Content Management, Data Management, and Connections. Under Data Management, 'Schemas' is selected. In the main area, a schema named 'Medical information' is selected. A modal dialog titled 'Apply access and data governance labels' is open. It lists several label types: All, Identity labels, Sensitive labels, Contract labels, and Custom labels. Under 'Custom labels', there are four entries: 'demo-label' (unchecked), 'e2e_test_da' (unchecked), 'ePHI' (checked), and 'green' (unchecked). The 'ePHI' row contains detailed information: 'demo-label' under 'Label', 'ePHI' under 'Type', 'Electronic Protected Health Information' under 'Description', and 'Fields' under 'Applied labels'. A 'Save' button is at the bottom right of the dialog.

數據使用標籤與執行 (DULE) 框架可透過為各個通道標記欄位和建立行銷行動，來強制執行行銷通道的數據治理。

下一個最佳行動和直觀的個人化控制功能的體驗，品牌可以最佳化業務目標，從而提高客戶終身價值和 ROI。

關於 Adobe Journey Optimizer

Adobe Journey Optimizer 原生建立在業界領先的 Adobe Experience Platform 之上，可讓品牌在一個雲端原生應用程式中管理排程的全通道行銷活動以及數百萬客戶的一對一互動，並利用智慧決策和分析來最佳化整個客戶歷程。

了解 Adobe Journey Optimizer 的智慧決策功能。

[進一步瞭解](#)



© 2025 Adobe. All rights reserved.

Adobe, the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.