

Adobe Journey Optimizer — 即時客戶檔案與客群

運用統一的客戶分析提供個人化的客戶歷程

利用統一的客戶檔案、動態客群細分及內建的企業級數據管理和隱私保護功能，構建端到端的即時客戶歷程。

透過 Adobe Journey Optimizer，品牌可以協調行銷活動，並以與客戶歷程各階段都相關的訊息，全面而智慧地 1:1 管理客戶歷程。Journey Optimizer 使用下列四種主要的客群功能實現以客戶為中心的理念：



即時客戶檔案：將來自線上、線下及匿名來源的客戶屬性和事件整合為統一且隨時可接洽的客戶檔案，建立一個全面的客戶視圖。



客群與細分：一個拖放式畫布，可用於輕鬆地在客戶歷程與行銷活動中建立、管理及啟用客群。



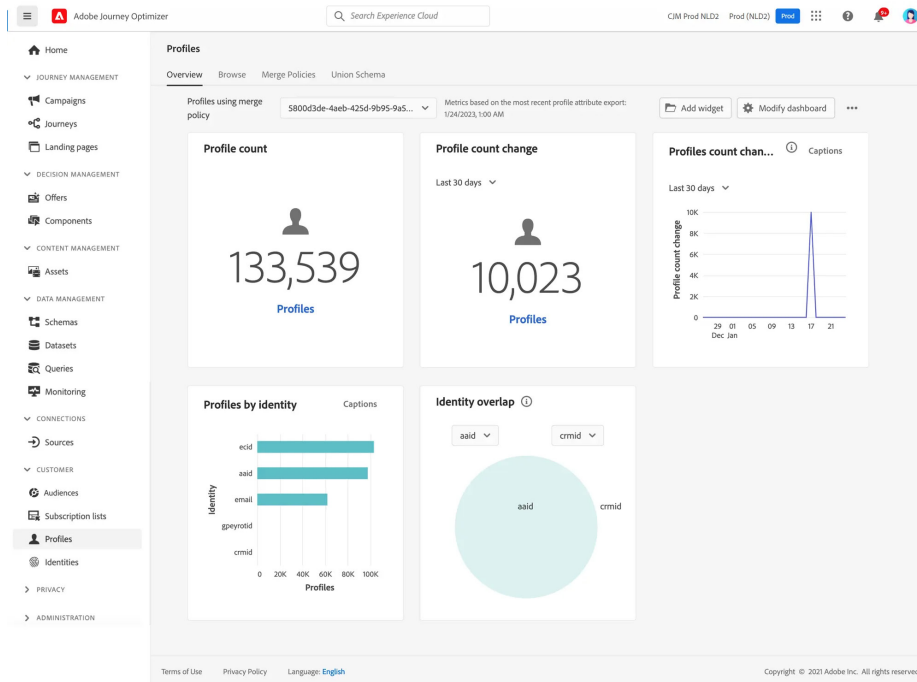
客群擴充：使用第三方屬性豐富客群。從企業數據倉庫中的數據集中建立客群，而無需複製底層數據。



數據治理與隱私：企業數據治理與隱私保護工具，用於跨所有業務部門集中管理客戶數據，以尊重客戶期望、保護客戶並確保遵守隱私政策。

將所有數據融入統一的即時客戶檔案

客戶在整個客戶歷程中會從各種接觸點和裝置與品牌進行互動。在行銷人員帶領他們經歷認知、參與、購買、留存和忠誠等階段的過程中，他們會與行銷活動進行互動。但他們也會在非行銷領域與品牌進行互動。例如，客戶可以透過致電客戶服務獲得支援，以及透過傳送到他們智慧型手機的送貨簡訊接收最新動態。



客戶檔案儀表板顯示關於品牌檔案的詳細資訊，還可以包括檔案數量、檔案數的變更及其他細節。

藉助 Journey Optimizer，品牌可以利用這些互動以及其他相關來源的數據構建即時客戶檔案，即客戶的完整畫像。品牌可以利用這些客戶檔案為客戶提供情境化、即時、個人化的體驗。例如，當一位購買了商務艙座位的航空旅客接近機場登機口時，航空公司便可向其傳送一條升級為頭等艙座位的推播優惠訊息。這些高度定向且個人化的優惠遠比向所有旅客傳送一般性的艙位升級優惠電子郵件更有效。

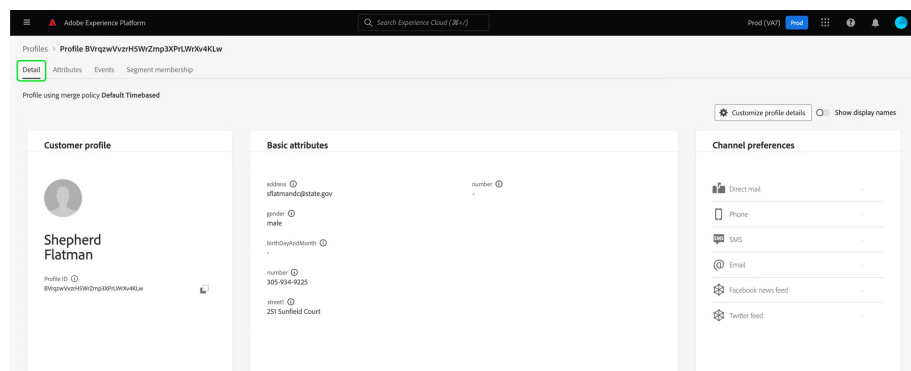
利用即時數據或批次數據增強客戶檔案

為了隨時隨地在任何接觸點為客戶提供最佳體驗，品牌需要利用來自整個客戶生命週期的數據增強即時客戶檔案。這意味著他們需要能夠從所有重要來源獲取數據，無論這些數據是即時串流傳輸的還是批次上傳的。

Journey Optimizer 能滿足這些需求。因為它原生建立在 Adobe Experience Platform 之上，所以 Journey Optimizer 可以利用預建的來源連接器讓品牌連接到數據來源，從而獲取各種類型的數據，包括行為數據、交易數據、財務數據和營運數據。而且，它可以在多個接觸點上執行這些操作，並將數據合併為單一、集中且不斷更新的客戶檔案。

從重要的數據來源建立統一的客戶身份

品牌可以利用這些數據集中的客戶身份，將從各種來源獲取的數據整合在一起。例如，這可能包括來自客戶忠誠度系統的會員 ID，或是來自客戶關係管理 (CRM) 系統的客戶 ID。



即時客戶檔案會從品牌的重要數據來源中收集客戶數據。

Adobe Journey Optimizer 將一個品牌所獲取的所有數據整合成一個全方位 (360 度) 的客戶視圖。實時客戶檔案的身份圖譜會在品牌的數據集中繪製出特定客戶的不同身份之間的關係圖，並顯示該客戶如何透過各個通道與品牌進行互動。

Adobe Journey Optimizer 將一個品牌所獲取的所有數據整合成一個全方位 (360 度) 的客戶視圖。

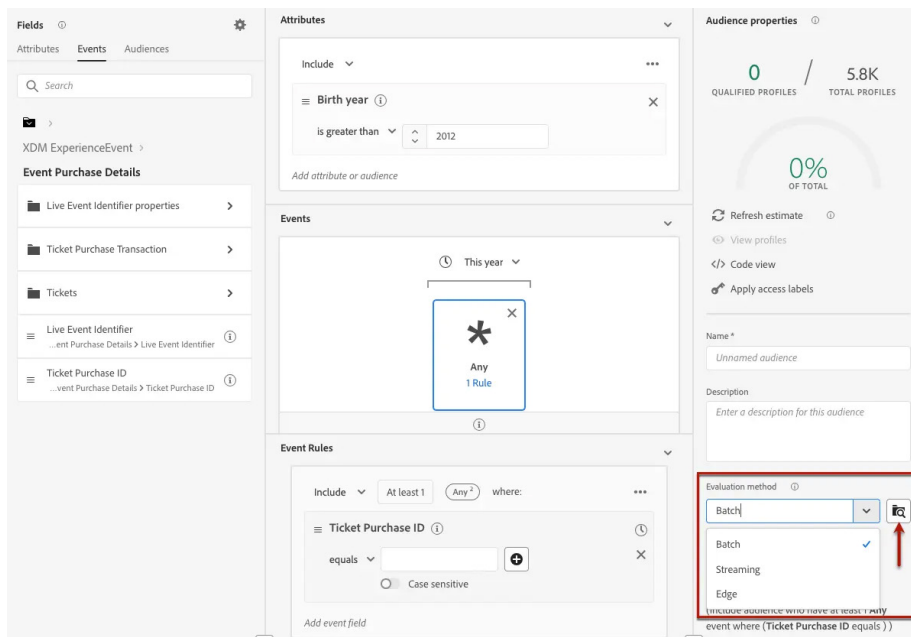
利用客戶參與數據強化報告與分析功能

品牌不僅可以使用 Journey Optimizer 中的即時客戶檔案來管理客戶歷程，還可以與包括 Amazon Web Services、Microsoft Azure 和 Google Cloud 在內的頂尖雲端儲存供應商分享這些數據。這樣就可以在第三方系統中使用這些數據進行報告編製、數據歸檔，或者使用商業情報或數據分析工具進行更深入的分析。

輕鬆地建立、管理及擴大客群

即時客戶檔案是品牌能夠在最適合的時刻提供高度個人化體驗的重要部分。它們還讓品牌能夠進行出色的細分，從而在更廣泛的行銷推廣中套用於客群。

藉助身份圖譜，Journey Optimizer 能夠連接不同數據集中的客戶身份，讓品牌超越僅按細分群體劃分客群的層面，與個人進行對話。數據集隨著即時數據流的流入或批次上傳進行更新，而 Journey Optimizer 會動態地即時將個人納入或排除在客群和歷程之外。



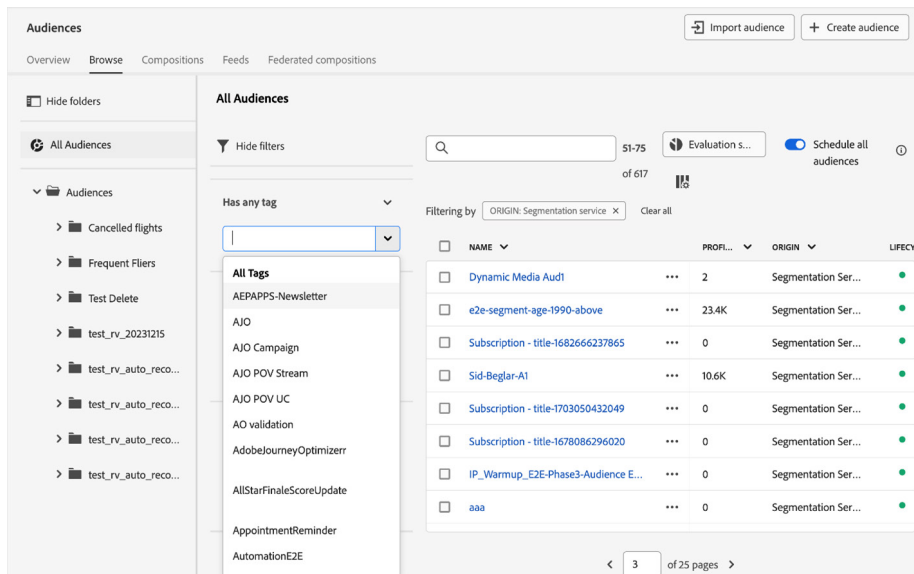
為了支援品牌的不同使用案例，Journey Optimizer 提供了三種不同的方法 (串流處理、批次處理和邊緣處理) 來評估細分定義以建立客群。

與 [Adobe Real-Time Customer Data Platform](#) 結合使用時，Journey Optimizer 還允許品牌對客群進行更多層次的細分，並與其他 Adobe Experience Platform 解決方案雙向共用客群。

管理和探索重要的客群

Journey Optimizer 藉其標準化的標籤系統、治理控制措施、可搜尋的資料夾以及標籤功能，可讓品牌輕鬆地管理、尋找及探索客群。

標準化的標籤允許品牌根據其管理和存取控制政策對客群進行分類。例如，可以使用一個客群標籤來防止品牌向特定的客群成員投放網站內廣告。



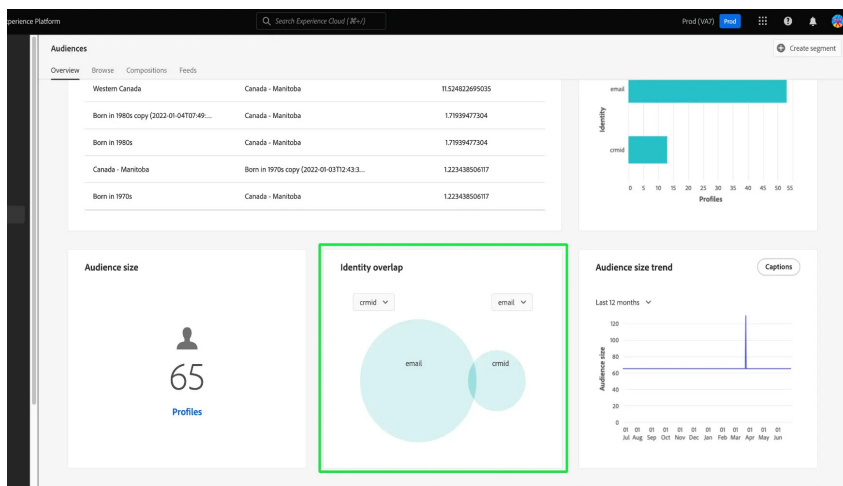
標記客群以便更容易找到和組織客群，並將其用於個人化和智慧決策。

品牌亦可在 Journey Optimizer 中為客群新增有意義的標籤，日後用於簡便地篩選和搜尋。標籤可用於將客群組織到相關且可搜尋的資料夾中、建立個人化的優惠和體驗，以及建立體驗決策規則。

客群治理控制措施有助於品牌遵守為這些客群所制定的政策和行銷行為準則。例如，治理控制措施可以參照客群標籤來驗證品牌是否可以對特定客群發起行銷活動或將其納入某個歷程中。

Journey Optimizer 中的儀表板會顯示重要客群之間的重疊情況，並協助品牌探索客群趨勢。查看客群重疊部分的屬性可幫助行銷人員為這些客戶量身定制行銷策略。

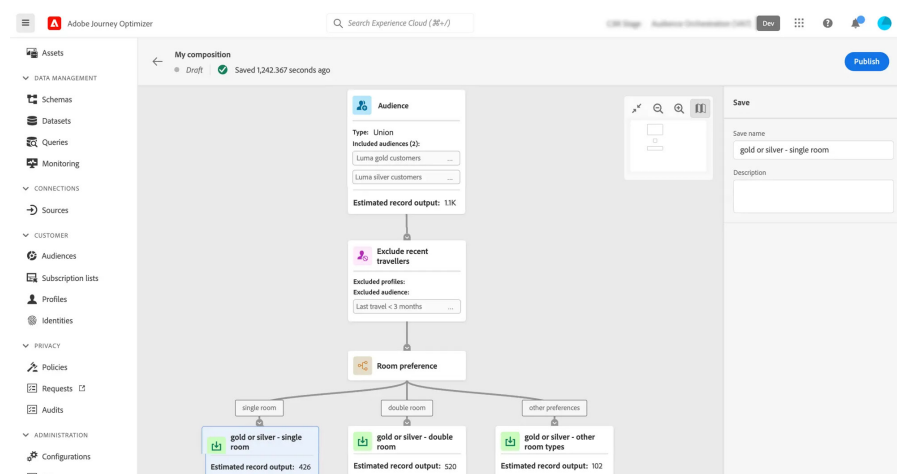
諸如客群規模的變化或突然激增等趨勢，可以凸顯導致客群縮小或擴大的事件或行為，例如成功的優惠活動。



查看客群重疊部分和其他客群趨勢可幫助制定行銷策略。

利用合併、排除、豐富、排名、分割等功能進一步組建客群

Journey Optimizer 為行銷人員提供視覺畫布，讓他們確定要納入個人化客戶歷程和行銷活動的客群。由於客戶檔案會即時更新，因此這些客群可以動態更新，並確定個人是否符合參加特定歷程或行銷活動的資格。



行銷人員可利用瀑布式工作流程來結合現有客群，並對這些客群套用排名、上限設定、分割及合併等動作。

行銷人員可利用客群合併、排除、排名及分割等選項進一步細化客群。

在組建客群時，行銷人員可以使用 Journey Optimizer 與 Real-Time CDP 共用的瀑布式組建工作流程，來結合現有客群，並套用諸如排名、上限設定、分割和合併等客群動作。利用組合的客群，行銷人員可以選擇包含或排除這些組合客群中的所有客戶檔案，或是選擇排除與其他客群重疊的客戶檔案。

排名功能可幫助行銷人員排定客群優先順序，從而使溝通更聚焦於優先順序較高之客群的興趣和詢問。為品牌向特定客群傳送訊息的次數設定上限，有助於避免該客群成員產生行銷疲勞。行銷人員還可以根據特定屬性分割客群，從而定制他們的溝通方式。例如，零售商可以根據地區來分割客群，然後在溝通中納入具有地區特色的影像、文案和優惠活動。

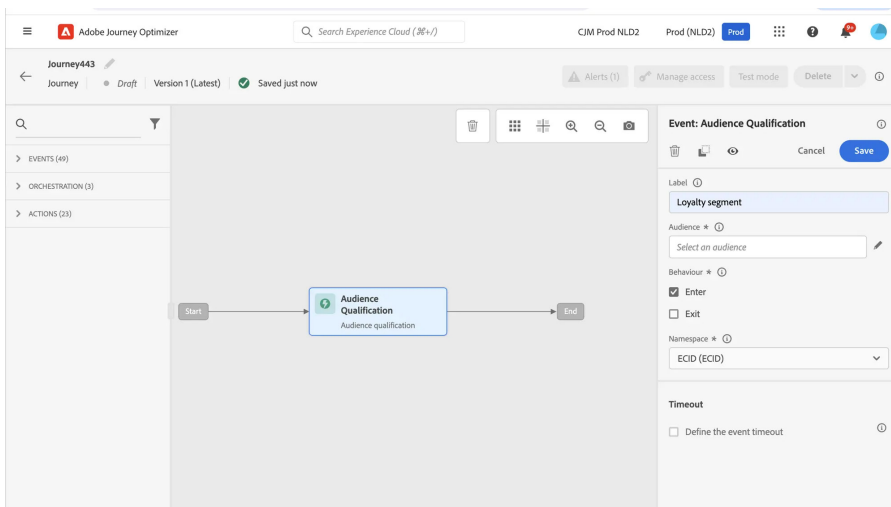
豐富客群數據以加深個人化體驗

雖然您可以使用 Journey Optimizer 中的客群組建功能來建立有價值且高度精細的客群以進行目標定位，但還可以利用來自企業數據倉庫和可信賴合作夥伴的數據進一步豐富客群數據，從而實現更深層次的個人化。Journey Optimizer 和 Real-Time CDP 都提供有聯合客群構成功能，可以查詢數據倉庫中的數據或屬性以用於組建客群，這樣一來，敏感數據便可留在倉庫中，從而避免數據重複。既可納入基於客戶檔案的數據，亦可包括非客戶檔案數據。例如，一家快餐服務集團可以豐富那些最近曾在網上訂餐的客戶的檔案，加入他們偏愛的餐廳位置資訊，以便於餐廳向這些位置的客戶傳送定向優惠活動。

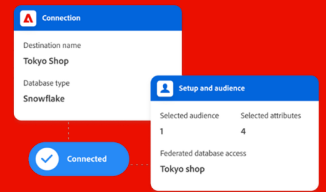
在歷程和行銷活動中啟用客群

在行銷人員定義其有價值的客群後，便可將這些客群納入客戶歷程工作流程中，並在行銷活動中對他們進行目標定位。藉助 Journey Optimizer 中的歷程畫布，行銷人員可以將加入某個客群定義為一個資格事件，從而在適當的時間和適當的通道上觸發一個客戶歷程。例如，當一所大學錄取了一名大學申請者作為新入學的大一新生時，可能會觸發一個「新生」歷程，該歷程將透過電子郵件和簡訊指導新生選擇宿舍、餐廳選項和課程。

在 Journey Optimizer 中，行銷人員還可以指定接收傳統預定行銷活動訊息（例如每月新聞稿）的客群。此外，當客戶透過執行某動作（如下載應用）加入某個客群時，可能會觸發一次性的推播訊息，該訊息會傳送給應用的所有新使用者，以幫助他們開始使用。



客群資格認定可以觸發客戶歷程的開始，或者觸發一次性推播通訊。



聯合客群構成

利用從合作夥伴聯合的檔案補充客群，讓行銷人員將批次和即時使用案例結合起來。

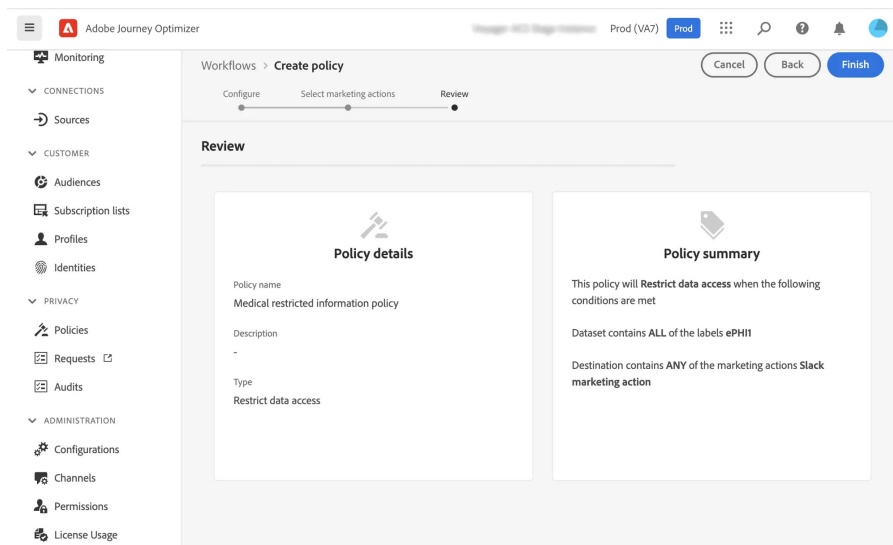
- **數據整合：**透過從企業數據倉庫和合作夥伴查詢相關的預建客群和數據集，提升靈活性和效率。
- **增強的行銷流程：**利用簡化的自適性工作流程，解鎖細分、目標定位以及啟用使用案例的其他支援。
- **高效的數據管理：**最大程度減少數據複製或重複，治理敏感數據的使用，最佳化 IT 投資，以補充 Adobe Experience Platform 上即時跨通道使用案例。

以數據治理和隱私保護體現對客戶的尊重與保護

滿足客戶在溝通、隱私及數據保護方面的期望和偏好，對建立品牌信任及避免行銷疲勞至關重要。Journey Optimizer 包含同意管理、專利數據標籤、政策制定及數據使用執行等工具，可幫助品牌確保數據營運符合不斷變化的隱私政策，並滿足客戶的期望。

套用於客群和數據的標準化或自訂標籤，可讓品牌建立、管理及執行數據使用政策。品牌亦可建立優惠活動，將其組織到一個集中式目錄中，並關聯決定哪些客戶可以看到特定優惠的屬性和約束條件。Journey Optimizer 還提供數據和客群使用政策的現成範本，作為品牌根據其特定需求進行自訂的起點。

Journey Optimizer 內建的明確政策可有效防止使用者（無論是蓄意還是意外）不適當地啟用敏感數據和客群。此外，產品內使用警示還會通知團隊關於試圖違反政策的情況，以便品牌採取適當的行動。



Adobe Journey Optimizer 包含同意管理、專利數據標籤、政策制定及數據使用執行等工具，旨在滿足客戶的期望，並協助品牌遵守不斷變化的隱私政策。

Journey Optimizer 中的政策有助於透過遵守法規、內部政策及客戶隱私偏好來建立信任。

尊重客戶同意及數據隱私偏好，是建立品牌信任的重要基石，並最終讓品牌在市場中脫穎而出。為助力品牌樹立這樣的信任，Journey Optimizer 透過 API 或適合行銷人員的便捷使用者介面，提供隱私服務及同意管理功能。

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。

**探索使用 Adobe Journey Optimizer 可以構建的歷程，
並讓這些歷程為客戶帶來驚喜。**

進一步瞭解

The Adobe logo, consisting of the word "Adobe" in a white, bold, sans-serif font, is positioned on a solid red background.

© 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.