

Adobe

# 圍繞「可能性之藝術」 精心設計客戶歷程：

運用歷程協調，以即時、全通道體驗培育每位客戶的  
品牌忠誠度。



客戶檔案

**James Khan**

地址 出生日期  
james@bodea.com 27/08/1994

通知

**SURF TRIP**

立即預訂

# 重構競爭。重構客戶歷程。

或許您的競爭對手並非您所想的那些人。Adobe 與 Concentrix 的研究顯示，消費者平均每週會從多個通道收到來自品牌的 139 則訊息，而他們大約會忽略其中的 48%。您的競爭對手不僅僅是那些銷售與您相同產品或服務的企業，更是那些爭奪您目標客群有限注意力的品牌。

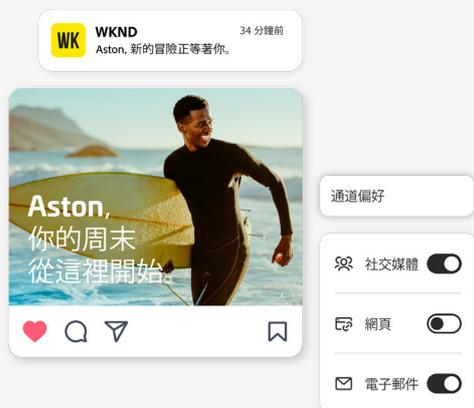
在行銷中將客戶置於核心地位，這一點的重要性從未有如此凸顯。藉助最新的客戶互動技術，各品牌正致力於打造高度貼合個體客戶需求的深度個人化體驗。適當的人員。適當的訊息。適當的時間。適當的通道。為了重新激發客戶的參與熱情並提高行銷活動的投資回報率，當務之急是擺脫過去那種盲目大量推送訊息的舊有思維，轉而著手設計由即時情境精準觸發的個人化客戶歷程。

**「個人化並非新鮮事物，但我們在大規模跨多個通道實現一對一個人化方面的做法卻是創新之舉。我們能即時掌握客戶的購物偏好，據此提供專為他們量身打造的優惠、個人化的數位應用體驗，以及高度契合需求的溝通方式。這些恰到好處的體驗不僅能促進盈利性增長，更能加深消費者對品牌的喜愛，培養品牌忠誠度。」**



**Bennett Fox-Glassman**  
客戶歷程資深副總裁，  
Macy's

# 您的客戶是獨一無二的， 但您在協調方面所面對 的挑戰卻並非如此。



您最近的客戶。您的忠實客戶。您的下一個客戶。他們都在與您的品牌共行的歷程上：在多個不同通道進行互動，且各自懷抱著不同的動機來主導他們的行為。

Gartner 的研究顯示，行銷人員平均會在 9 個不同的通道上開展行銷活動，但客戶在不同通道之間往往會獲得截然不同的體驗。在這個真正全面實現多通道融合的環境中，眾多品牌在尋求與客群建立有意義的連接時都面臨類似的挑戰。

## 互連的歷程需要互連的團隊。

正如 Conway 定律所揭示的那樣，互連的客戶歷程源自互連的團隊。然而，隨著公司規模的擴大，團隊之間會形成各自為政的現象，並擁有各異的優先順序。在許多組織中，每個團隊都有其自身的文化、目標和指標。要成功實現從以行銷活動為中心的思維模式，轉變為注重個人化和互聯互通的客戶歷程，離不開組織內各部門間的緊密合作。每個人都應該明白願景、商業上的迫切需求以及客戶的背景環境。而且，KPI 應當進行調整，讓客戶體驗成為衡量成功的風向標。

## 互連的歷程需要互連的客戶數據。

為了精心策劃個人化的全通道歷程，獲取統一的客戶數據至關重要。簡而言之：必須有一個集中的客戶數據庫來啟動個人化的歷程。然而，客戶數據往往分散儲存於各個孤立的系統中，導致無法迅速從這些數據中擷取有用的見解。

**76% 的行銷人員將對客戶的理解及分析視為其成功的關鍵因素或高度優先事項。**

# 為每位客戶打造引人入勝的歷程。 鼓勵深度品牌忠誠。

瞬間很重要。每一次互動都會影響到您的品牌形象被感知的方式。每一個接觸點都是一個展現差異、傳遞價值及深化有意義連結的寶貴時機，借此增強雙方互動、培育長期的客戶忠誠度，並最終促進業務收益的增長。

歷程協調技術是釋放潛能、讓您能夠在所有通道即時設計、觸發並最佳化個人化客戶體驗歷程的關鍵所在。各品牌現正日益意識到，提升其歷程協調能力已成為刻不容緩的商業要務。

**數據顯示，71% 的消費者渴望獲得個人化的互動，而 78% 的消費者則明確表示，個人化的優惠會讓他們更樂於做出購買決定。**

McKinsey  
& Company



**80% 的消費者認為，在不同網絡平台上享有統一的體驗，對滿足他們的期望而言是「重要」或「極其重要」的。**

Adobe | Econsultancy

經過數十年來愈發嘈雜的噴霧式行銷活動噪音侵襲後，消費者已對泛泛的行銷訊息感到麻木。能夠穿透人心並引起共鳴的訊息，往往是個人化且高度貼近情境的。這些訊息顯示出您對消費者與您的品牌之間關係的理解，並對他們的購買意向保持警覺。

透過歷程協調，我們有可能創造出獨特的時刻，為您的客戶互動帶來更多的驚喜與愉悅。設定即時回應客戶訊號的觸發條件。利用外部事件來啟動新的客戶歷程。根據客戶與您的品牌之間的關係，建立全通道行銷活動。

一旦設計好這些歷程，它們就會在背景中無縫運作。當客戶符合特定的選擇標準時，他們會根據自己的互動和行為自動進入並流經該歷程，從而觸發下一個最佳體驗。行銷和產品團隊可以憑藉細緻的控制，根據即時數據分析來調整這些歷程。這將為行銷運作帶來顛覆性的效率提升。



## 即時就是適時互動。

歷程協調技術會整合所有通道上的最新客戶行為，確保互動總是與客戶意圖相關、適時且能夠及時回應。畢竟，消費者並不希望看到品牌廣告還在推銷他們剛剛在兩週前才購入的產品折扣。假如您已經取消了航班，結果在原本該出發的那天還收到關於出發時間的推播通知，無疑會感到十分惱火。

利用歷程協調技術，可以建立能夠回應客戶行為和位置以及天氣、體育賽事結果等外部事件的歷程。



**購買者行為。**一家化妝品零售商注意到一位每月都會購買同款保潔乳液的顧客。於是，他們向該顧客傳送了一條含有個人化登陸頁面連結的簡訊，該頁面展示了同一系列的去角質霜和化妝水，並提供了優惠折扣。



**天氣。**天氣預報顯示將會很炎熱。因此，當地的一家咖啡店向其忠誠的應用程式使用者傳送了一條上班前的推播通知，宣傳其系列的冰飲。



**地理定位。**一位足球迷在回家途中收到一封電子郵件，告知他心愛球隊的門票尚有餘票。當他走過球隊專賣店時，又收到一條含有最新主場球衣折扣碼的簡訊。



**忠誠度。**聖誕節即將來臨。您為最忠實的客戶提供了 48 小時的預訂時間，讓他們可以提前預購聖誕節的火雞，隨後才會向其他客戶開放預購。

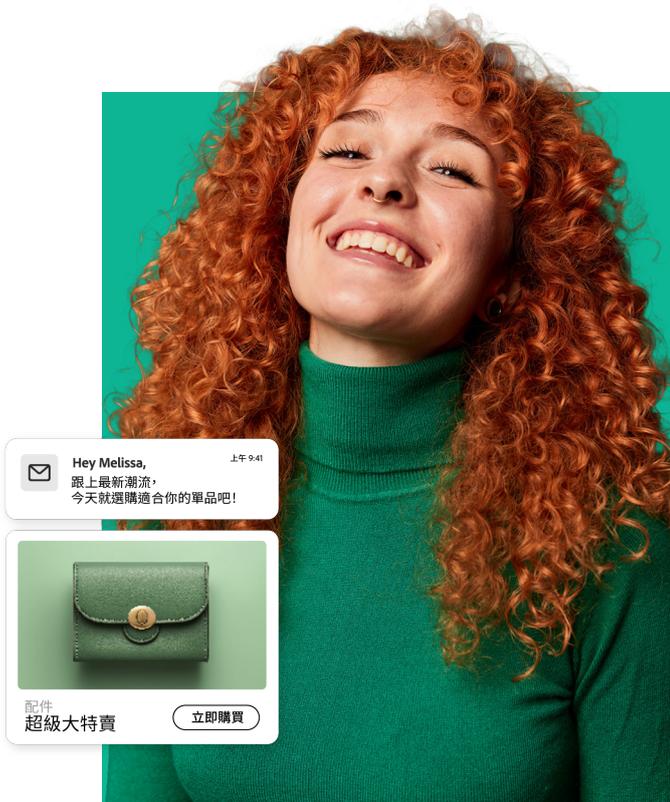
# 這是面向未來的歷程 協調技術，

也是您的品牌迎來新商機的技术。

現代歷程協調技術可以作為建立、啟用和最佳化客戶歷程和全通道體驗的神經中樞。以下是值得關注的主要功能：

## 在合適的時間，透過任何通道進行連絡。

最佳協調平台可讓您向任何數位介面傳送訊息。這意味著原生的入埠和出埠通道，如電子郵件、應用內訊息、簡訊/多媒體簡訊和網頁。同時，還可以利用第三方擴展性，向ATM機、自助服務終端、智慧電視和數位廣告牌等新型出埠介面傳送訊息。只要能想到的訊息可以出現的地方，就應該能將訊息傳送到那裡。



當然，要實現這一點，需要有正確的數據基礎：一個中央化的客戶數據檔案，它能即時記錄每位客戶的每一次互動，並將這些數據同步到統一的客戶身份中。當然，在處理客戶數據時，隱私是一個核心問題。

強大的數據隱私和治理基礎設施應該納入到協調平台中。尋找如同意書管理、數據標籤和使用執行，以及同意政策制定等功能，以確保客戶數據在所有業務領域都能保持安全和合規。

**91% 的消費者堅稱，確保他們的個人數據被品牌以負責任和安全的方式使用，這一點非常重要或至關重要。**

**Adobe | Econsultancy**

**「能夠即時整合我們所有消費者的資訊，對我們與全球數十億可口可樂消費者進行互動而言，至關重要。」**



Keith Bartig，  
精準行銷  
技術總監，  
可口可樂公司



## 打造更高效的業務歷程

歷程的個人化程度越高，客戶數據品質就越高。而數據品質越高，您就越能進一步精細個人化設定。歷程協調技術應該讓您能夠即時視覺化客戶在歷程中的移動情況，並具備精細的報告和度量功能。這意味著，您可以透過一個儀表板來度量所有進行中歷程的表現，查看有多少人進入了您的歷程、與您的歷程互動以及退出了您的歷程。意味著您需要檢查有多少客戶符合新歷程的資格，並即時監控有多少人已經加入。還意味著您需要在啟用新歷程之前，利用建模來分析其可能的表現。

## 直覺式的歷程設計與快速內容創作

頂尖的歷程協調技術可讓您利用拖放功能來設計客戶歷程，並即時在所有通道上啟用這些歷程。當然，協調個人化歷程是一回事，建立行銷資產則是另一回事。您需要尋找能夠原生設計內容的功能，如所見即所得 (WYSIWYG) 設計器、編碼介面和訊息範本。匯入您的品牌資產應該無縫對接，以幫助您快速製作出適合所選通道且引人入勝的內容。

最後，與您的行銷、分析和客戶數據技術的無縫互操作性也是另一項關鍵要素。

## 成功的客戶互動的神經中樞

僅需 **Adobe Journey Optimizer** 這一款應用程式，便可管理預定的全通道行銷活動和以觸發器為基礎的一對一互動，並提供智慧決策與分析。它包含突破性的 AI 增強功能，例如 AI 助理內容加速器，可讓您以顛覆性的速度和規模建立個人化內容。將簡單、直觀的提示轉換為完全成熟、符合品牌風格的行銷內容，適用於電子郵件、推播通知和簡訊通道。並且對內容變體進行 A/B 測試，以提高表現並推動進一步的個人化。根據 Forrester 的研究，採用 Journey Optimizer 的品牌預計可在三年內實現行銷活動協調效率提升 **20%**，且 ROI 達到 **431%**。

# AI 正在重新定義歷程 協調所能達成的潛力 與邊界。

最先進的協調技術融入了 AI，以提升您的客戶歷程體驗。利用能改善個人化並提供決策支持的模型。快速產生符合品牌風格的內容，並為不同客群提供變化版本。



## 📁 收集數據



已閱讀：衝浪傳奇的  
長途之旅



已搜尋：附近的衝  
浪課程



## 📁 個人化的廣告



Sevoi 度假村



自動化下一步最佳行動與個人化產品優惠。或者，根據各個歷程及優惠方案在助力您實現戰略業務目標方面的成效，系統會自動為其進行優先級排序。

領先的協調平台還內建有 AI 助手，能以自然語言處理查詢，讓您針對數據中的趨勢提出問題。部分 AI 助理還能協助使用者上線，逐步引入更深層次的功能，確保您的團隊能充分利用整套歷程管理工具。

TELMORE

## 談及更佳的溝通時，Telmore 總是言行一致。

Telmore 並非一家典型的電信公司。它在丹麥的影片、音樂及娛樂領域也處於領先地位。該公司累積了大量的客戶數據。但遺憾的是，這些數據大多彼此孤立，導致行銷人員很難為客戶展示適合他們的套餐組合。一個熱愛聽音樂的客戶會看到與隨意看電視的客戶或希望使用所有串流服務的媒體粉絲相同的優惠。多賴 Adobe 的助力，Telmore 現在能從各系統中整合線上及線下的數據，從而對客戶有全面的了解。從訂閱情況、流失率分數到網站及應用程式行為數據，一切都受到統一的管理。如今，當客戶瀏覽 Telmore 的網站、使用應用程式或在 Facebook 上瀏覽時，他們會看到一致的行銷活動和優惠，因為 Telmore 的行銷人員了解他們的興趣所在。

數位銷售增加

21%。

對現有客戶的交叉銷售增長

25%。

利用人工智慧進行個人化  
優惠排名所帶來的銷售  
額提升

11%。

電子郵件開啟率

80%。

「我們正從以往專注於為客群最佳化體驗，轉變為致力於為每位個體提供他們真正所需。如此一來，顧客能夠見到更多切合自身需求的優惠，進而激勵他們增購服務，甚至捨棄競爭對手轉投我們。」



Frederik Scholten，  
Telmore 行銷長

A/B 測試



Telmore 音樂  
已續訂

## 您邁向領先歷程協調的初步嘗試。

在初次嘗試進行歷程協調時，很容易會忽略核心業務目標。

因此，雖然您的歷程應該始終以客戶為中心，但它們也應該與客戶生命週期中每個階段的戰略目標和商業目標相協調，無論是提高轉化率、提升客戶滿意度、增強客戶忠誠度，還是其他目標。

鑒於其巨大的潛力，確定首先要專注的歷程可能會讓人覺得壓力山大。但幾乎總是從那些您已能輕易取得可靠客戶數據的環節著手，會是最為適當的做法。這樣，您就能迅速證明歷程協調的影響力。您擁有一個案例，展示了如何與客戶拉近距離、提升行銷互動度，並推動實現業務目標。從那裡出發，您可以積累勢頭，並逐步開發出更具動態性和細微差別的客戶歷程。



### 行銷活動分析

● 點按數

**865**

● 商機

**52**



## 歷程由此開始。

**Adobe Journey Optimizer** 可讓品牌根據即時數據，協調個人化、全通道歷程，這些歷程既一致又貼合情境，並能在適當的時機進行傳達。它可讓品牌在一個平台上，為任何應用程式、裝置、螢幕或通道建立並傳達即時、個人化的客戶歷程以及預定的行銷活動。其結果是創造出有意義的品牌體驗，從而提升客戶的忠誠度及終身價值。

[了解更多資訊](#)

## 資料來源。

[「2024 年數位趨勢」](#)，Adobe & Econsultancy，2024 年。

[「Macy's 如何透過大規模個人化提升品牌熱愛與客戶忠誠度」](#)，**Adobe 客戶案例：Macy's**，2024 年。

[「多通道行銷中樞 Magic Quadrant」](#)，Gartner，2023 年。

[「讓全球數十億人耳目一新」](#)，Adobe 撰寫的可口可樂公司客戶案例，2023 年。

[「重塑客戶歷程管理：按客戶意願與其建立連絡」](#)，Adobe & Concentrix，2024 年。

[「Telmore 使用 AI 與 Adobe 個人化客戶行銷」](#)，Adobe 客戶案例：Telmore，2024 年。

[「Adobe Real-Time Customer Data Platform、Journey Optimizer 及 Customer Journey Analytics 的總體經濟影響：由 Adobe Experience Platform 原生支援的應用程式帶來的業務效益與成本節省」](#)，Forrester 研究，2023 年 11 月。

[「個人化策略正確與否的價值正在倍增」](#)，McKinsey，2021 年。

# Adobe

© 2024 Adobe. All rights reserved. Adobe, the Adobe logo, and Adobe Journey Optimizer are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/ or other countries.