



做好數位資產 管理

助力您最佳化並大規模提供個人化
體驗的最佳實務



對於大規模製作內容的組織而言，數位資產管理 (DAM) 系統不可或缺。DAM 可讓創意和行銷團隊輕鬆而高效地儲存、組織、尋找、複製和分發各種類型的數位資產。作為資產的「單一真相來源」，一個優質的 DAM 系統在實現個人化客戶體驗方面也發揮著關鍵作用。

一個有效的 DAM 會為內部團隊成員、客戶、承包商及其他利害關係人提供適當層級的存取權限，讓他們能夠存取機構的數位內容庫，包括影像、檔案、影片等，從而協助團隊整合適當的資源，以大規模提供個人化的客戶體驗。



我們最近與三位企業負責人進行了交流，以深入瞭解他們如何在各自組織中管理資產。



Jon Jory

Spectrum Reach 資深副總裁兼媒體內容資深經理



Andrew Isaacs

Novartis 副總裁兼行銷營運主管



Elliot Sedegah

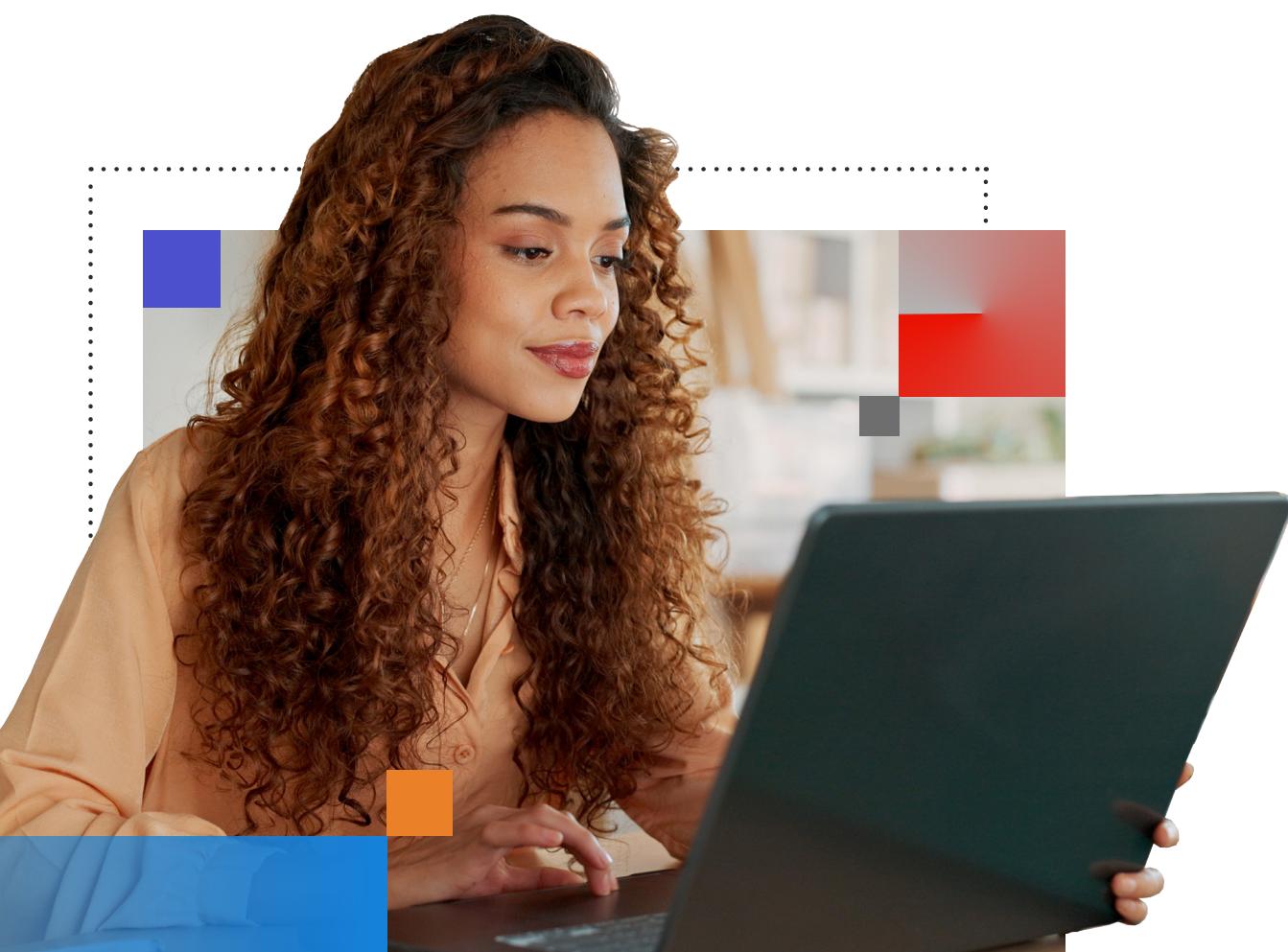
Adobe 戰略與產品行銷總監

數位資產管理挑戰

缺乏健全 DAM 的組織將面臨諸多挑戰，包括資產遺失與重複、系統整合不良、合規問題、流程效率低下，以及無法大規模擴展。

Jory 解釋道：「鑑於各個工具間的相互關聯，系統更新無疑成為了一項長期且棘手的挑戰。我們的資產管理與訂單輸入系統、運輸系統以及計費系統均彼此連接。在任一系統中所執行的操作，都會引發一系列的下游連鎖效應。」

此外，缺乏 DAM 會使公司無法跟上個人化內容的需求，並且可能危及合規性。



Isaacs 表示：「在高度監管的產業中，法規、要求及合規性使得資產管理變得異常繁瑣。製藥業便是其中一個受到高度監管的產業。當我們探討品牌時，無論是在相互依存性還是公平平衡的原則上，均有嚴格的相關要求。譬如，若您擁有一種可降低膽固醇的藥物，就必須明確標出該藥物所經歷的証據醫學試驗、適用的患者群體等資訊。此外，還有諸如字型大小、影像素材等其他類型的諸多規定。更重要的是，您必須能追溯所有這些資訊的來龍去脈——即如何與醫療、法律及監管機構進行檢閱與核准的流程，並且為了日後的審計需要，這些流程都必須留有完整的追溯記錄……若是要細數這些複雜之處，根本說不完。」

「在高度監管的產業中，法規、要求及合規性使得資產管理變得異常繁瑣。」



Andrew Isaacs

副總裁兼行銷營運主管

Novartis

讓所有資產隨需而得的強大功能

大多數尚未部署高效 DAM 系統的企業均意識到，自己在合規性方面可能潛藏風險（倘若他們對此有所關注的話）。他們亦清楚，其內容確實散落各處——在多個位置存有重複的內容，當需要時卻尋找無門，結果不得不重新製作內容——這樣一來，他們便在無形中浪費了資源、時間與精力。

Sedegah 表示：「若缺乏數位資產管理，即便是尋找及定位適當的資產也可能會耗費大量時間，這無疑會帶來額外的成本開支。但當您開始從更寬廣的視角去審視一個組織所欲達成的目標時，便會愈發深刻地意識到，事情的糟糕程度可能異常嚴重。舉例來說，我們近期與拉斯維加斯一家頂級度假酒店的行銷長進行了合作——他們試圖讓行銷團隊、銷售人員、前台工作人員等所有涉及客戶體驗的成員，都向客戶傳達完全一致的資訊。然而，當行銷資產未能得到集中管理時，這項任務變得異常艱難。」



他繼續說：「我們合作過的許多組織都在思考，如何為客戶提供同類最佳、始終如一且能強化其品牌的整體體驗。同時，這些組織中的許多也在嘗試大規模提供可信的個人化體驗……這些內容須得到妥善標記與組織，才能在適當的背景情境中發揮效用。而如果所有內容都分散於不同的數據庫中，或是留在各個人員的筆記本電腦上，甚至可能存放在前代理機構的硬碟上，而該代理機構從未將其放回至所有人都能共用、使用和再利用的中央位置，那麼這一切都將變得不可能。『一次性完成』的做法是行不通的。」

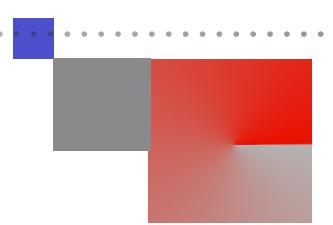
「若缺乏數位資產管理，即便是尋找及定位適當的資產也可能會耗費大量時間，這無疑會帶來額外的成本開支。」



Elliot Sedegah

戰略與產品行銷總監

Adobe



什麼因素使 DAM 系統變得有效？

運作良好的數位資產管理 (DAM) 系統應具備多項功能。DAM 需要透過向使用者提供資產來為他們服務——它應該為資產提供一個「真實來源」。它還需要融入簡化流程、提高效率並讓創意團隊更有效地協同工作的技術。此外，它還應妥善保護含有敏感資訊的數位資產。對於致力於個人化客戶體驗的公司而言，合適的系統應該是可適應和可設定的——因為客戶需求可能會迅速變化，而且當今的組織使用了許多互連的系統。

「每個人都是在為別人服務，」Jory 說。「我們公司的客戶擁有多樣化的需求。對於 Toyota 的廣告客戶和當地 Ace Hardware 的廣告客戶，我們無法採用一視同仁的對待方式。因此，一個缺乏靈活性的系統對任何人都無益。」

對 Isaacs 而言，靈活性和互操作性是關鍵。「通常情況下，我們會擁有多個相互關聯的系統，而非僅有一兩個。這無疑是一大挑戰。鑑於製藥業的特殊性，我無法透露內部的具體運作細節，但大多數大型或全球性製藥公司正從靜態系統向個人化系統轉變。因此，作為一個產業，我們正致力於提升系統的靈活性。」

個人化正深刻影響著 DAM 的本質，並促使對其的應用需求日益擴大

時至今日，所有企業都已意識到，個人化是打造有效客戶體驗的關鍵。從簡單的受眾細分到獨特的產品推薦，個人化不僅能提升客戶體驗，還能促進銷售。

一個優質的 DAM 能夠提供獨特的技術支援，助力品牌實現個人化目標——它消除了內容瓶頸，自動化和簡化了審核流程，並讓內容變得更易於尋找、使用和再利用（即使在自助服務層面亦是如此）。

Jory 表示：「根據我的經驗，個人化已經超越了選項的范畴，成為了一種不可或缺的要素。我們總是會回歸到這樣一個問題：『這究竟如何為客戶服務？』」

「根據我的經驗，個人化已經超越了選項的范畴，成為了一種不可或缺的要素。我們總是會回歸到這樣一個問題：『這究竟如何為客戶服務？』」



Jon Jory

資深副總裁兼媒體內容資深經理

Spectrum Reach

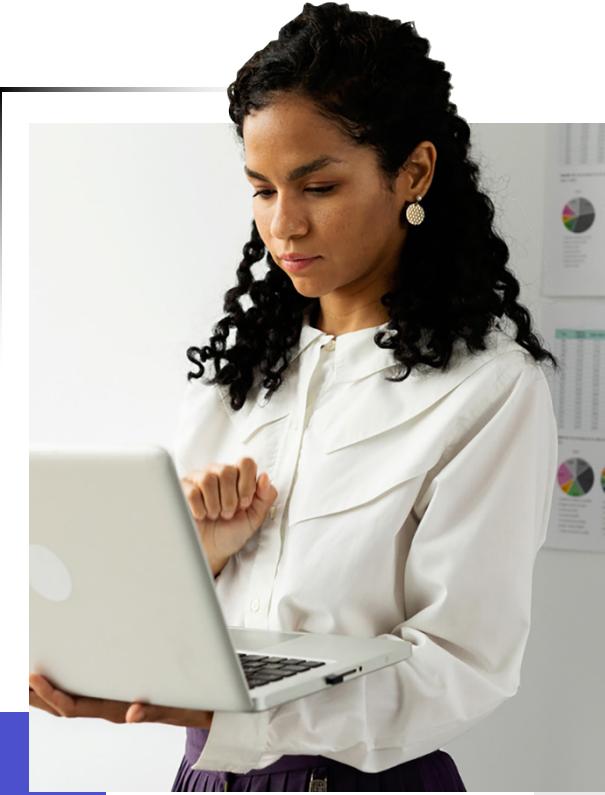
Adobe 幫助您在每一步都提供個人化的內容

一個智慧化的 DAM 能幫助團隊保持步伐一致，因為它讓團隊在同一個平台上建立和定制內容，從而更輕鬆地處理數十萬項資產，這些資產對於大規模實現個人化而言是必不可少的。

「我們已經摈棄了將內容視為一個單一的大單位，並統一傳達給所有客戶的舊有觀念，」Sedegah 說。

「我們所需傳達的內容數量，在多數情況下，已因為通道、項目、買家歷程的不同階段等因素，暴增了十倍甚至更多。對一個組織來說，要製作出這麼大量的內容，無疑是一個極大的挑戰，這也對創意團隊造成了沉重的壓力。」

他繼續說：「我們需要開始踏入一個能將內容拆解成更小單位的世界，然後利用自動化和 AI 擴充這些內容，並將它們輸送到正確的通道。而 Adobe 正是這麼做的，我們將自動化技術、創意技術與 AI 技術結合起來，思考整個內容生命週期——從構想到創作、管理再到傳遞。」



最受歡迎的 DAM 之一，當屬 Adobe Experience Manager Assets。該系統可讓組織在單一平台上藉助雲端原生解決方案的速度與靈活性，全面滿足各類資產需求。讓我們共同克服數位資產管理的種種挑戰——讓 **Adobe Experience Manager Assets 帶您見識其獨到之處。**

[取得詳細資料](#)



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



© 2023 Adobe. All rights reserved.