



正确的数字资 产管理

帮助您优化并大规模提供个性化体验
的最佳实践。



对于大规模制作内容的组织而言,数字资产管理(DAM)系统是必不可少的。依靠 DAM,创意和营销团队能够轻松高效地存储、组织、查找、复制和分发所有类型的数字资产。作为资产的“单一事实来源”,一个好的 DAM 在实现个性化客户体验方面也起着关键作用。

有效的 DAM 为内部团队成员、客户、承包商和其他利益相关者提供了对组织数字内容存储库(包括图像、文档、视频等)的适当访问级别,可帮助团队整合正确的资产,以便大规模提供个性化客户体验。



我们最近与三位企业领导者进行过交谈,以进一步了解他们如何在组织中管理资产。



Jon Jory

Spectrum Reach 高级副总裁兼媒体内容高级经理



Andrew Isaacs

Novartis 副总裁兼营销运营主管



Elliot Sedegah

Adobe 战略和产品营销总监

数字资产管理面临的挑战

如果没有强大的 DAM, 一个组织会面临许多挑战, 包括资产丢失和重复、各系统未有效集成、合规性问题、流程效率低下以及无法扩展。

“由于工具彼此关联, 系统更新是一项持续的挑战,” Jory 解释道, “我们的资产管理与订单输入系统、流量系统和计费系统紧密关联。在一个系统中采取的行动会在下游产生多种影响。”

此外, 缺少 DAM 系统可能会使公司无法满足对个性化内容的需求, 并导致合规性风险。



“在受到高度监管的行业中，法规、要求和合规性使资产管理变得非常复杂，”Isaacs 说。“制药行业存在非常严格的监管。当您谈论品牌在相互依存和公平平衡方面的问题时，需要注意相应的要求。例如，如果您有一种能降低胆固醇的药物，您必须明确临床试验、患者人群等信息。不仅如此，在字体大小和图像等诸多方面还有其他类型的法规。除此之外，您必须能够追溯所有信息，追溯您如何通过医疗、法律和监管机构的审查和批准流程，并且所有信息都必须能够为了审计目的而被追溯……就复杂性而言，我还可以继续列举。”



在受到高度监管的行业中，法规、要求和合规性使资产管理变得非常复杂。



Andrew Isaacs

副总裁兼营销运营主管

Novartis

让所有的资产触手可及

大多数未配备有效 DAM 系统的企业都知道,他们在合规性方面可能存在风险(如果他们关注该领域)。他们也清楚自己的内容实际上是杂乱无章的。很多地方有相同的内容,在需要时无法及时找到内容,于是不得不重新创建,也就是说在浪费资源、时间和精力。



“若没有妥善的数字资产管理,只是定位并找到正确的资产就可能耗费大量的时间,而且这显然涉及到成本,”Sedegah 说,“然而,您越是更宏观的角度看待组织的目标,就越能深刻地认识到事情可能会变得多么糟糕。例如,我们最近与拉斯维加斯一家高档酒店度假村的首席营销官合作,他们的目标是让所有参与客户体验的人,从营销人员、销售人员一直到前台工作人员,基本上都能为客户讲述完全相同的故事。当营销资产未集中管理时,这真的很难实现。”

他继续说道：“与我们合作的许多组织都在思考如何提供一流且一致的整体客户体验，从而强化其品牌。同时，其中许多组织都在尝试以更大规模提供可靠的个性化体验……需要正确地标记和组织内容，以便在合适的情境下提供。如果所有内容都分散在不同的存储库中，在不同人员的笔记本电脑上，或者甚至可能在之前机构的硬盘上，而该机构从未将其放到一个所有人共享、使用和重新利用的中心位置，那么这就不可能实现。‘一劳永逸’是行不通的。”

“

没有妥善的数字资产管理，只是定位并找到正确的资产就可能耗费大量的时间，而且这显然涉及到成本。



Elliot Sedegah

战略和产品营销总监

Adobe

是什么使 DAM 系统有效？

运行良好的数字资产管理应做到以下几点。DAM 需要通过向人们提供资产来为人们服务，它应该提供资产的“事实来源”。它还需要整合能简化流程的技术，从而提高效率，使创意团队更有效地开展合作。并且它应该妥善保护包含敏感信息的数字资产。此外，对于一家致力于个性化客户体验的公司来说，合适的系统应该是具有适应性且可配置的，因为客户需求可能会迅速发生变化，也是因为如今的组织会使用许多彼此相互关联的系统。

“每个人都在为他人服务，”Jory 说，“我们组织的客户有着不同的需求。您对待当地的 Ace Hardware 广告商的方式肯定与对待 Toyota 广告商有所不同。因此，一个不够灵活的系统对任何人都没有帮助。”

对 Isaacs 来说，敏捷性和互操作性是关键。“通常，您会有许多相互关联的系统，而不是只有一两个系统。这是挑战的一部分。由于制药行业的性质，我无法具体说明内部发生的情况，但大多数大型或全球性制药公司都在从静态系统向个性化系统过渡。因此，从行业的角度来看，我们正在努力实现敏捷性。”

个性化正在改变 DAM 的性质, 也增加了对 DAM 的需求

如今, 所有企业都已意识到个性化是创造有效客户体验的关键。从简单的分段到独特的产品推荐, 个性化可以改善客户体验并提高销售额。

优秀的 DAM 能够提供独特的技术, 通过消除内容瓶颈、自动化和简化审查流程以及使内容易于查找、使用和重新利用 (甚至是以自助的方式), 帮助品牌实现其个性化目标。

Jory 说: “根据我的经验, 个性化不是一个可选项, 而是必不可少的。我们要不断回想的问题是 ‘这对客户有什么好处?’ ”



根据我的经验, 个性化不是一个可选项, 而是必不可少的。我们要不断回想的问题是 ‘这对客户有什么好处?’



Jon Jory

高级副总裁兼媒体内容高级经理

Spectrum Reach

Adobe 可以帮助您在每一个环节提供个性化内容

智能的 DAM 支持在单个平台内创建和定制内容,从而帮助团队跟上步伐,让他们可以更轻松地处理大规模提供个性化所需的成千上万种资产。

“我们已经摆脱了旧有观念,即以一刀切的方式获取内容并直接发送给所有客户,”Sedegah 说,“在许多情况下,由于渠道数量、计划数量、购买者在历程中所处节点等因素,我们需要交付的内容数量级会增加 10 倍或更多。对组织来说,制作这种量级的内容是极具挑战性的,这给创意团队带来了巨大压力。”

他继续说道:“我们接下来的目标或愿景是:能够将内容拆分为更小的片段,然后利用自动化和 AI 来扩充内容量,并将其投放到正确的渠道。Adobe 一直在做这件事,通过将我们的自动化技术和创意技术与 AI 技术结合起来,重塑从构思、创作、管理再到交付的整个内容生命周期。”



Adobe Experience Manager Assets 是目前最受欢迎的 DAM 之一。它使组织能够通过单一平台满足其所有资产需求,并获得云原生解决方案的速度和敏捷性。克服数字资产管理的挑战——Adobe Experience Manager Assets 会为您指明方向。

获取详细信息



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.