

Adobe GenStudio
for Performance Marketing

从概念验证到可扩展的 生成式 AI 解决方案

Adobe 的全球营销组织如何使用 GenStudio for
Performance Marketing 扩展内容创作

本地化

生成

超现实 3D 鱼



Adobe

Adobe Stock

30日間、画像10
点を無料でお試
いただけます。



目录

简介	3
全球范围内的企业营销	4
我们面临的挑战	5
Adobe 的生成式 AI 与内容扩展机会	6
第一波——提高专业创意人员的生产力	6
第二波——助力营销人员创建内容	7
在我们的营销运营中验证生成式 AI	7
创建可扩展的解决方案	8
生成式 AI 如何满足我们未被满足的需求	8
1. 电子邮件和付费社交媒体的大规模测试	9
2. 快速更新和重用内容	10
3. 让营销人员能够为未开发的受众创建新的独特内容	11
4. 促进实时营销和提升响应能力	12
5. 改进区域营销团队的本地化和敏捷性	13
6. 将洞察引入创意流程	14
更改管理和组织准备	15
1. 人员 - 角色、技能组合和文化的演变	15
新角色	15
新技能	16
协作和文化	16
2. 流程 - 重新定义工作流程	17
建立强大的品牌护栏	17
重新设计审查和审批流程	17
依靠代理合作伙伴	18
通过分析优化内容创建	18
3. 技术 - 采用生成式 AI 所需的集成堆栈	18
与现有营销技术堆栈集成	18
安全性、合规性和生成式 AI 道德规范	18
生成式 AI 实施的三个关键成功因素	19
1. 从管理层的一致认可和支持开始	20
2. 让整个组织为生成式 AI 转型做好准备	20
3. 从小处着手, 逐步扩大规模	20
现在轮到您开始使用 GenStudio for Performance Marketing 了	21
资料来源	21

简介



在所有行业中, 由于客户希望与品牌的每次接触都能个性化, 对内容的需求是永无止境的。面对不同受众、渠道和市场, 营销团队难以满足以更大规模、更快速度开展营销活动所需的视觉素材和文案数量。就在这一挑战看似无法克服时, 生成式 AI 的出现为创意和营销团队提供了一种新方法, 既能满足客户的需求, 又能突破品牌的瓶颈。

Heather Freeland

Adobe 首席品牌官



对于高效营销团队而言, 内容就是数字经济的货币。然而, 我们面临的压力是要在没有额外资源的情况下以前所未有的速度和数量创造更多内容。在 Adobe, 我们非常了解这些挑战。我们的全球营销组织在生成足够的资产、启动和更新新营销活动、响应市场趋势以及实时跟踪内容效果方面都遇到了困难。这种第一手经验让我们有了更深刻的视角和额外的动力来弥合客户需求和能力之间的差距。

生成式 AI

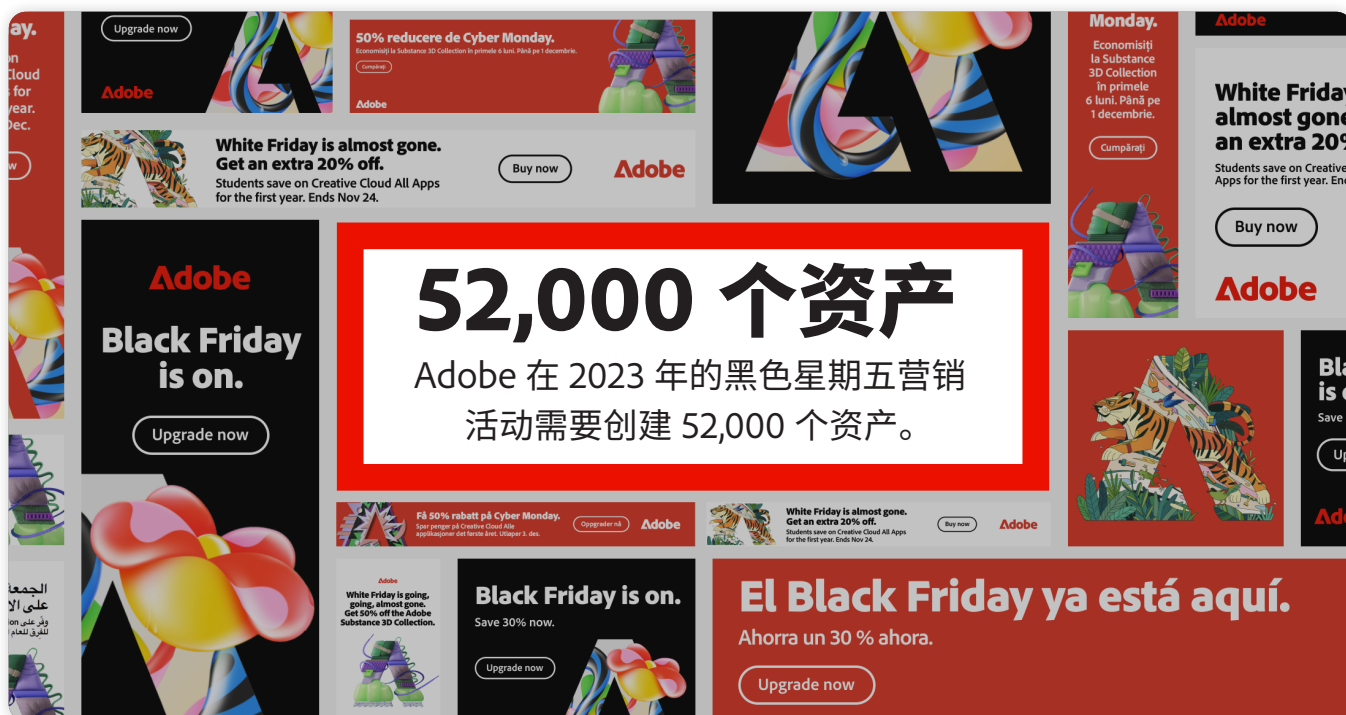
人工智能的一个子集, 能够基于输入或提示词创建新的内容, 包括文本、图像、视频、音频或完整的体验, 这超越了传统 AI 分析数据和自动化流程的能力。

[Adobe GenStudio for Performance Marketing](#)

有望成为营销领域的突破性创新。它是一个生成式 AI 优先的应用程序, 能够以前所未有的速度和规模促进高影响力内容的制作。它使营销团队能够为广告、电子邮件和营销活动创建符合品牌形象的多渠道内容, 同时提供实时洞察以优化内容效果。我们首先在自己的组织内部进行了尝试, 结果令人难以置信。

全球范围内的企业营销

Adobe 全球营销组织 (GMO) 拥有 1,100 多名员工, 凭借世界级的专业知识推动公司的大规模营销工作。GMO 的年度营销支出超过 10 亿美元, 需要跨多个渠道和市场精心策划复杂的营销活动。例如, 我们针对全球 40 多种语言的不同受众群体, 每年发送数十亿封电子邮件。



尽管我们的成就令人印象深刻, 但我们一直在努力满足大规模提供个性化、及时且有效的营销所需的大量内容, 尤其是考虑到我们每年开展的营销活动数量。例如, 我们的黑色星期五促销活动需要为跨渠道、受众和全球市场的不同产品线创建数以万计的资产和变体。2023 年, 我们为这个营销活动生成了 52,000 个资产。庞大的工作量需要占用我们的许多工作室和机构资源, 导致其他项目出现内容缺口。我们无法快速创建、调整或更新内容, 这通常意味着营销活动变得陈旧或效果不佳, 从而导致客户参与度和投资回报率 (ROI) 降低。

资产

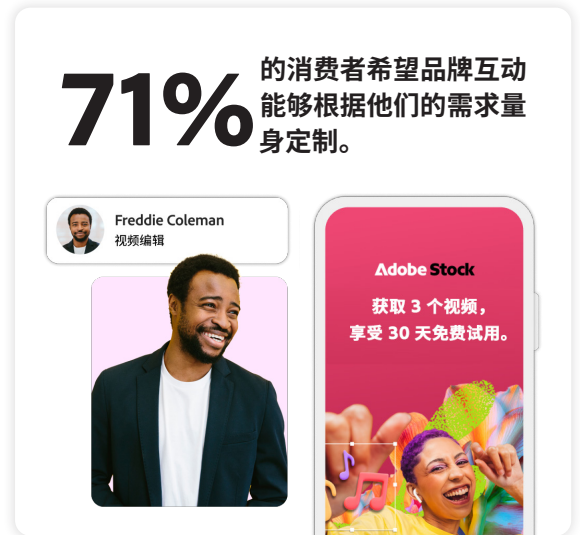
一种数字文档、图像、视频或音频文件, 可以拥有多种变体、子资产或图层。

我们面临的挑战

在当今这个渴望内容的世界中,与众多企业营销组织一样,我们面临着数不清的挑战。主要挑战是在降低成本的同时快速扩大资产生产规模,以满足对个性化内容不断增长的需求。我们的传统生产方法阻碍了我们的工作流程,拖慢了整个营销生态系统。

无法生成足够的内容和变体导致了以下局限性:

- 大规模全面测试和复杂优化算法的使用仍然是一个挑战。
- 无法及时刷新和重复使用内容影响了我们的营销活动效果。
- 由于缺乏相关内容和资源有限,无法提供多样化的受众区段。
- 持续的内容短缺降低了我们响应市场动态和及时大规模开展营销的能力。
- 由于区域团队依赖英语资产,本地化工作进展缓慢。
- 洞察缺少资产层面的细粒度数据来量化内容的影响,这使得营销活动的优化变得困难重重。



59%

的营销团队表示,由于对创意团队的需求过多,内容创作面临挑战。

41%

的公司正在使用或计划使用生成式 AI 来根据客户数据个性化内容。

我们的研究发现,59% 的营销团队报告了类似的挑战,原因是创意团队面临巨大压力,并且所有的新内容或新版本都需要询问创意人员。我们中的很多人都在寻找解决这些问题的方法,而大多数途径都指向生成式 AI。在我们的[《2024 年数字趋势》](#)报告中,内容成为生成式 AI 策略的首要用例,41% 的公司报告称他们正在或将要在其个性化工作中实施生成式 AI。

来源:Adobe

“媒体和电子邮件团队需要跨营销渠道的大量且各种独特的、符合品牌特色的内容,以此来吸引客户并达成他们的业务目标。简而言之,现在内容和体验才是推动营销投资回报率的因素。”

Patrick Brown
Adobe 增长营销和洞察副总裁



Adobe 的生成式 AI 与内容扩展机会

对我们的全球营销组织来说,2022 年末生成式 AI 的出现是一个关键时刻。它在使用自然语言提示词创建文本和图像方面拥有革命性的潜力。认识到这一点之后,我们组建了一个由营销人员、创意人员和数据科学家组成的跨职能团队,由他们负责将这项强大的技术集成到内容创建流程中。在开发新产品时,Adobe 通常会作为最初客户——我们会在自己的工作流程中测试我们的产品,然后再发布给全世界。这项举措不仅仅是为了采用新技术,更是为了开创一个营销敏捷性的新时代,这可以帮助我们重新定义运营能力,并使我们的客户也能做到这一点。

第一波——提高专业创意人员的生产力

绩效营销人员

为电子邮件和付费媒体(展示、社交和视频平台)创建营销活动以推动绩效(如投资回报率、销售额和参与度)的营销人员。

生成式 AI 被集成到 Adobe 的 Creative Cloud 中,尤其是 Photoshop 和 Illustrator 等旗舰产品中,这标志着生产力的重大飞跃。[Photoshop 中的生成式填充](#)和 [Illustrator 中的生成式重新着色](#)等功能极大地减少了专业创意人员用于繁琐编辑任务的时间,同时也有助于解决一直存在的内容缺口问题。加速创意过程后,团队能够制作更多高质量的内容,以满足对及时的个性化营销

资产不断增长的需求,最终使创意团队能够将时间花在有助于推动业务发展的更高层级的策略上。

第二波——助力营销人员创建内容

尽管在效率和生产力方面取得了巨大进步，但我们仍然需要努力填补内容缺口。在 2023 年初，我们为营销人员配备了生成式 AI 内容创建功能。采用传统方式时，我们的营销流程周期冗长，涉及撰写简报、等待资产，然后再将资产提交审查和批准。

通过针对营销人员开发工具，让他们能够按照品牌准则生成自己的资产，我们加快了上市策略，提高了营销活动的敏捷性，并优化了资源利用。这种方法可以挖掘我们高效营销团队的潜力并为其提供生成式 AI 功能，从而弥补内容缺口。



在我们的营销运营中验证生成式 AI

我们面临的第一个挑战是确定生成式 AI 能否创建准确代表我们产品、保持创意水平并符合品牌语气的营销材料。Adobe 的品牌经过数十年的创新培育，对我们的业务成功至关重要。在这类转型中，生成式 AI 内容必须忠实于我们的品牌形象，以维护客户信任和市场定位，并在内部建立起对生成式 AI 工具的信任。事实证明这是成功的。

虽然在企业讨论中也有人担心 AI 幻觉（即 AI 生成的内容不符合事实），但我们的实验表明，这种情况并不严重，甚至可能是有益的。这些由 AI 生成的跳跃式创意往往会在保持产品准确性的

同时产生创新内容。在其他领域通常被视为生成式 AI 的局限性，而在我们的营销应用程序中却成为一个明显的优势，因为创意在营销中是一个关键的差异化因素。

创建可扩展的解决方案

随着生成式 AI 给我们的创意和营销团队带来成功,我们看到了一个机会,可以打造一款产品让像我们这样的组织都能受益。我们的创意团队会指导生成式 AI 工具的输出并进行优化,同时与这些工具紧密配合,创建提示词以生成品牌化内容。随着我们对这项技术越来越有信心,我们过渡到一种更具可扩展性的方法,要求创意人员和工程师将自己的专业知识整理到一个系统中。通过与研究实验室和产品团队密切合作,我们构建了让营销人员能够自助满足大部分内容需求的组件。这项工作最终诞生了一款新产品——Adobe GenStudio for Performance Marketing。

GenStudio for Performance Marketing 不是将多个应用程序的功能拼接在一起,而是一个单独的自助式应用程序,让营销人员只需要创意团队的少量参与,即可为其营销活动查找、调整、创建和分析内容。该工具有助于满足对使用品牌化内容打造个性化体验的需求,更新营销活动以保持客户参与度,并对不断变化的市场趋势做出响应。借助实时洞察,高效营销人员可以持续优化资产使用情况和营销活动,以最大限度地提高其影响力和绩效。

生成式 AI 如何满足我们未被满足的需求

在开发 GenStudio for Performance Marketing 之后,我们采取了一种慎重的方法将其集成到工作流程中。我们探讨了 we 面临的挑战,并研究了具体的用例,以衡量生成式 AI 对每个用例产生的影响。来看看我们发现了什么。

“ Adobe GenStudio for Performance Marketing 是现代数字营销人员的游戏规则改变者。我们的营销团队正在更快地为付费社交广告和营销电子邮件制作更多符合品牌的资产。这意味着通过更出色的个性化服务来改善客户历程,同时通过减少疲劳感以及增加每个计划中的内容数量和多样性来提高投资回报率。”

Patrick Brown

Adobe 增长营销和洞察副总裁

1. 电子邮件和付费社交媒体的大规模测试

挑战: 我们的营销人员很难对电子邮件和付费社交媒体营销活动进行大规模测试,这主要是因为预算和时间限制下,我们能够生成的内容变体有限。无法根据效果数据优化内容导致参与率和转化率指标较低。当可以进行测试时,我们只能测试主题行和预标题的两个版本,而不能测试整封电子邮件。对于付费媒体,我们通常只能创建一个或偶尔两个变体,这使得我们很难利用社交平台无与伦比的定位功能。

8.5% 打开率提高

借助 GenStudio for Performance Marketing, 我们可以每两周更改和测试新的主题行,从而将打开率提高 8.5%。

A/B/n 测试

这是 A/B 测试的一种扩展,其中对两种以上的内容变体(例如网页、电子邮件或数字资产)进行比较,以了解哪一种最能推动业务成果。

解决方案: 对于请求的每个资产,GenStudio for Performance Marketing 会通过每个提示词生成至少四个变体,这些变体具有不同的标题、主题和正文,并且都与我们的目标角色和产品相匹配。如今,我们可以在遵循 Adobe 品牌准则的同时,快速生成和测试整个电子邮件和付费社交媒体广告的多个内容变体。对于电子邮件,我们会对不同的内容元素(包括主题行、正文、图像和行动号召)进行 A/B/n 测试和多变量分析。对于付费社交媒体,我们会使用 Facebook 和 Instagram 的优化算法,为正确的受众提供正确的内容。

影响: 在我们首批由生成式 AI 驱动的电子邮件事件中,我们迅速为 Adobe Photoshop 创建并测试了五个版本的电子邮件,点击率提高了 10% 以上。通过在随后的测试中使用相同的策略,Adobe Illustrator 电子邮件营销活动中的点击率惊人地实现了 57% 的增长。凭借快速的内容创建,我们还能够为正在进行的营销活动每两周测试一次新的主题行,从而使打开率提高了 8.5%。对于付费社交媒体,Adobe Creative Cloud 的一个营销活动使用五种不同的图像和文本内容变体,使投资回报率相比于之前的类似营销活动提高了 10%。测试的规模和速度改变了我们的内容优化方法,显著提高了我们的营销效果和效率。

点击率提升 57%

在一项由生成式 AI 驱动的测试中,与其他变体相比,Adobe Illustrator 电子邮件营销活动的点击率提高了 57%。

1



使用生成式 AI 快速完成设计

使用 Adobe Illustrator 中的文本和图像生成器工具,快速生成设计变体,以测试不同的内容变体。

[了解详情](#)

2



生成式 AI, 绘制惊艳插图的捷径

使用 Adobe Illustrator 中的文本和图像生成器工具,快速生成设计变体,以测试不同的内容变体。

[了解详情](#)

3



利用生成式 AI 加速创意到艺术作品的转化

使用 Adobe Illustrator 中的文本和图像生成器工具,快速生成设计变体,以测试不同的内容变体。

[了解详情](#)

4



生成式 AI, 您的插画创意合作伙伴

使用 Adobe Illustrator 中的文本和图像生成器工具,快速生成设计变体,以测试不同的内容变体。

[了解详情](#)

5



利用 Illustrator 中的 AI 功能, 将您的创意变为现实。

使用 Adobe Illustrator 中的文本和图像生成器工具,快速生成设计变体,以测试不同的内容变体。

[了解详情](#)

2.快速更新和重用内容

挑战: 持续更新内容可改善营销活动的效果并减少广告疲劳。例如, Meta 建议每三到四周更新一次广告资产。由于无法满足内容需求,我们之前没有足够的内容来定期更新我们的付费媒体营销活动。内容经常变得陈旧,因为我们只能每季度更新一次内容,有些资产会在市场上保留超过六个月之久。尽管资产库中包含大量高质量、已批准和已使用的资产,但重新利用或重新混合现有内容与创建新资产一样耗时。

解决方案: 通过将我们的数字资产管理 (DAM) 系统与生成式 AI 功能集成, GenStudio for Performance Marketing 使我们能够根据创意团队的原始设计生成现有资产的更新版本。现在,营销人员可以快速访问、编辑和重新组合现有的已批准资产。例如,社交媒体营销活动中效果出色的主图可以使用生成式 AI 创建的一组新标题进行更新,或者调整用途以创建新的电子邮件营销活动。

影响: 使营销人员能够重复使用内容和更新内容,显著缩短我们的上市时间,将电子邮件创建流程从两到三周压缩到只需两到三天。现在,我们可以轻松地重复使用电子邮件内容,针对不同角色使用相同的主图和不同的文案。例如,一个为 Adobe Illustrator 2023 营销活动创建的主图效果出色,它经过调整被用于创建其他几个电子邮件营销活动。快速调整效果出色的元素,比如主图上的标题或行动号召,这大大提高了营销活动的敏捷性。测试的规模和速度改变了我们的内容优化方法,显著提高了我们的营销效果和效率。

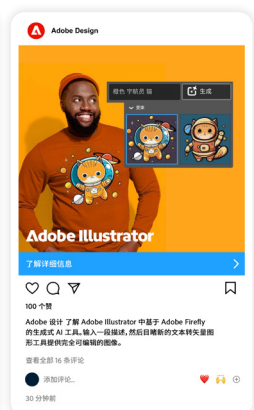
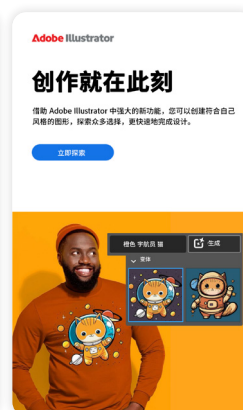
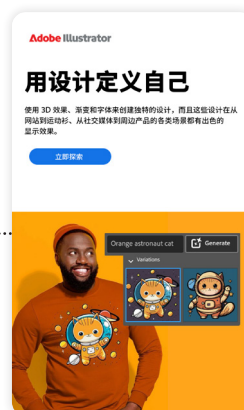
3 周变为 3 天

通过生成式 AI 加速电子邮件创建流程并提高工作效率。

此资产由设计人员使用生成式 AI 创建...



得到使用 GenStudio for Performance Marketing 创建的这些新资产。



3.让营销人员能够为未开发的受众创建新的独特内容

挑战: 有限的资源使得为不同的受众区段创建个性化内容变得困难,导致我们整个客户群错失机会且参与度不佳。例如,我们的生命周期营销团队试图为我们的北美客户获取计划服务 12 个不同的受众,但由于缺乏内容,我们通常只能定期服务 6 个。由于缺乏内容,我们的团队无法在付费媒体中定位特定的受众和事件。我们可以广泛地宣传 13 种产品,但缺乏针对特定角色的资产,无法在社交平台上为每个角色创建差异化的消息和内容。

解决方案: 凭借由生成式 AI 提供支持的内容创建速度和敏捷性,我们的营销人员能够根据受众偏好定制内容,从而定位更多受众。GenStudio for Performance Marketing 可使用相同的提示词并更改目标角色来简化内容的个性化,从而为不同受众创建跨渠道的品牌化变体。

影响: 现在,我们能通过相关的内容吸引更多客户群,面对多元化的受众区段取得卓越的营销成果。我们的生命周期营销团队通过北美客户获取营销活动的个性化内容,将所能服务的不同电子邮件体验和受众数量增加了一倍。如今,我们可以定期触及全部 12 个受众,加速实现我们的收入目标。对于付费媒体,GenStudio for Performance Marketing 使我们能够创建足够的内容,以便更好地利用社交平台算法,为正确的受众提供正确的内容。

生命周期营销人员

制定并执行营销策略,以客户与品牌互动的整个历程中吸引客户。

100% 的目标受众 覆盖率

生命周期营销团队提供的独特电子邮件体验的数量以及收到个性化内容的受众数量都翻了一番。



4.促进实时营销和提升响应能力

挑战: 无法及时制作足够的内容以利用最新事件和市场机会, 导致收入损失和市场相关性降低。我们长达三周的制作周期经常使我们错过及时开展营销活动的关键窗口期, 特别是对于季节性事件和新兴趋势。

解决方案: GenStudio for Performance Marketing 将我们的品牌内容创建流程从数周压缩到数天或数小时, 使我们能够更好地实时应对各类事件。营销人员可独立创建内容, 这大幅缩短了资产的等待时间。他们可以查找、创建和调整资产来吸引客户, 并基于对实时绩效数据的分析来更新营销活动, 与市场趋势保持一致。

影响: 利用 GenStudio for Performance Marketing, 我们能够创建和投放原本无法实现的营销活动。我们于 2023 年成功执行了 Adobe Creative Cloud 首个秋季主题的付费社交媒体营销活动, 其投资回报率比同类营销活动高出 9%。最近, 我们投放了 Creative Cloud 的夏季奥运营销活动, 该营销活动是在我们的每周财务结果显示国外市场有强劲迹象后迅速创建的。这种新获得的敏捷性提高了我们的市场响应能力, 并增强了我们的营销活动绩效和整体营销效果。

投资回报率提高 9%

借助生成式 AI, 我们首个秋季主题的 Creative Cloud 付费社交媒体营销活动的投资回报率比同类营销活动高出 9%。

Adobe Creative Cloud
帮助

使用 Adobe Creative Cloud 的所有应用程序探索创意的无尽可能性。



Adobe Creative Cloud

ADOBE.COM
设计、创新、灵感、重复。

了解更多

Adobe Creative Cloud
帮助

利用超过 20 款应用程序将您的创意变为现实。



Adobe Creative Cloud

ADOBE.COM
凭借 Adobe Creative Cloud 释放想象力。

了解更多

Adobe Creative Cloud
帮助

使用 Adobe Creative Cloud 的所有应用程序释放您的创造力。



Adobe Creative Cloud

ADOBE.COM
按照您的方式尽情设计。

了解更多

Adobe Creative Cloud
帮助

使用 Adobe Creative Cloud 的所有应用程序将您的愿景变为现实。



Adobe Creative Cloud

ADOBE.COM
实现创意突破的工具箱。

了解更多

Adobe Creative Cloud
帮助

使用 Adobe Creative Cloud 的所有应用程序探索创意的无尽可能性。



Adobe Creative Cloud

ADOBE.COM
设计、创新、灵感、重复。

了解更多

Adobe Creative Cloud
帮助

利用超过 20 款应用程序将您的创意变为现实。



Adobe Creative Cloud

ADOBE.COM
凭借 Adobe Creative Cloud 释放想象力。

了解更多

Adobe Creative Cloud
帮助

使用 Adobe Creative Cloud 的所有应用程序释放您的创造力。



Adobe Creative Cloud

ADOBE.COM
按照您的方式尽情设计。

了解更多

Adobe Creative Cloud
帮助

使用 Adobe Creative Cloud 的所有应用程序将您的愿景变为现实。



Adobe Creative Cloud

ADOBE.COM
实现创意突破的工具箱。

了解更多

5.改进区域营销团队的本地化和敏捷性

挑战: 我们的四个区域 Adobe 营销团队代表着 50 多个国家/地区, 他们由于预算限制, 严重依赖英语材料的本地化, 难以创建具有文化相关性的内容。这种方法耗时较长, 并且无法有效地与当地受众产生共鸣。

解决方案: GenStudio for Performance Marketing 的多语言功能使我们的区域团队能够用其母语, 快速且独立地为自己创建具有本地化内容的营销活动。此外, 国际团队可以在考虑到文化差异的同时保持品牌标准, 快速本地化全球营销活动。生成式 AI 支持资产重用, 能够为每个区域快速生成数十种广告变体。

影响: 对于 Adobe 而言, 这种内容创建的分散化提高了面对各个国际市场的营销敏捷性。由于能够以自己的语言创建内容以扩展测试, 我们的日本营销团队对此感到非常兴奋。我们向团队介绍了 GenStudio for Performance Marketing, 短短几天后, 他们就为现有的 Document Cloud 电子邮件营销活动创建并测试了新的主题行。在这次测试中, 效果最好的主题行使点击率提高了 10%, 该团队计划在营销运营中增加测试。我们现在正在将这种能力扩展到其他区域团队。

本地化

Adobe Creative Cloud

AIで写真の可能性を広げよう

Adobe Photoshop の「生成拡張」機能を活用して、画像のキャンバスを自然に広げ、新しい内容を加えましょう。AIの力で、創造性をさらに引き出します。無料トライアルで、この革新的な機能を体験してください。

試してみる

Before

Adobe Document Cloud

Adobe Acrobat のプランと価格についてオンラインで比較しましょう。

プランと価格を比較する

再開発等促進区を定める地区計画選

第1 総則

目的

PDF 並べ替え後のページ番号の修正

必要なページを抜粋したり、並べ替え後のページ番号の処理、どのようにしていますか? Acrobat ならページ編集後のページ番号の修正も簡単に処理できます。せっかくなら細部まで気を配った資料を作成しましょう。

詳しく見る

10%
電子メールクリック率
提高

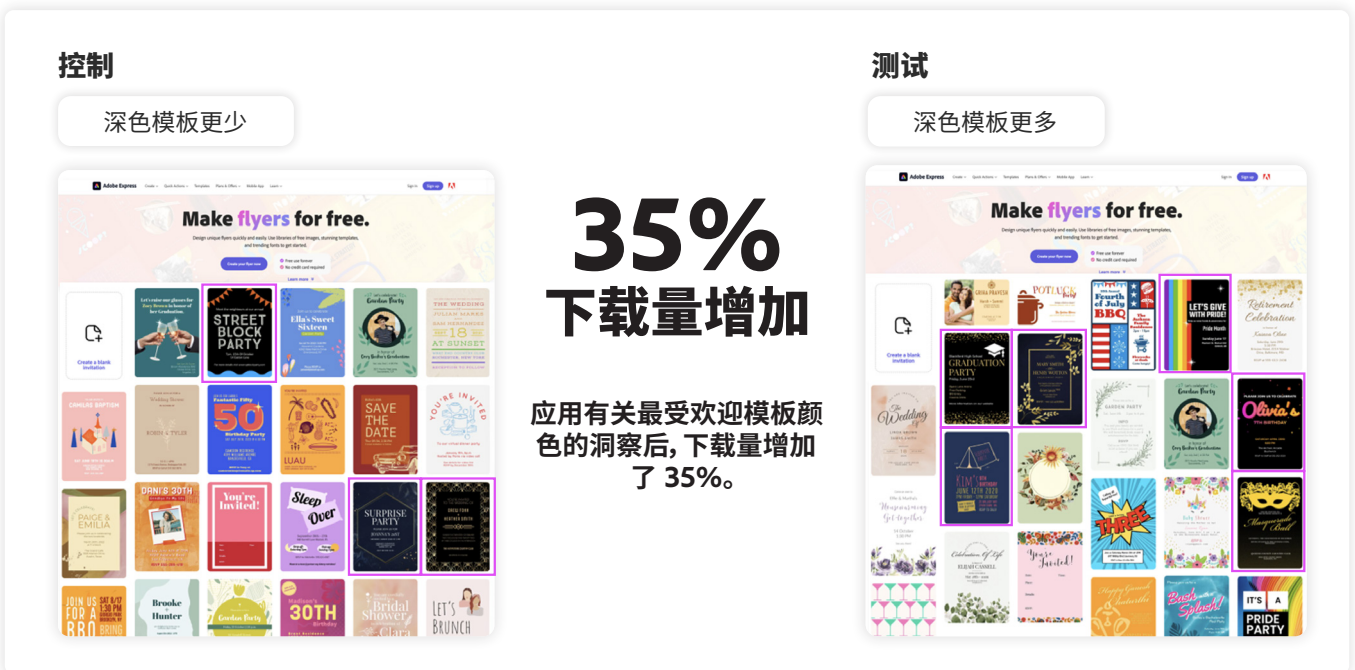
我们在日本的营销团队为 Document Cloud 电子邮件营销活动创建并测试了新的主题行, 其中表现最佳的主题行使点击率提高了 10%。

6.将洞察引入创意流程

挑战: 传统的营销分析在很大程度上依赖于抽象数据,这导致内容与绩效指标发生脱节。我们很难确定图像或文案的哪些元素(例如颜色、形状、主题、关键词或语气)与受众产生了共鸣。相反,我们常常依赖直觉,因而错失了改进的机会,发现自己无法在不同的营销计划中始终如一地复制成功。

解决方案: GenStudio for Performance Marketing 通过将洞察置于流程的最前端,改变了我们的内容创建方法。该应用程序会获取发布的每一个营销资产,并通过 AI 特征化服务进行处理,提取所有相关属性,例如背景和前景颜色、主题、对象、情绪、语气、格式等。然后,这些特征会与每个资产的绩效数据相关联,并汇总起来,可用于回答诸如“在此地区或国家,哪种背景颜色能为该产品或客户区段带来最高的参与度?”之类的问题。

影响: 应用数据驱动的方法将我们的创意流程转变为一个持续改进的迭代循环,并通过洞察为未来的策略和更有效的营销活动提供依据。例如,对我们网站上的资产应用洞察后,我们发现 Adobe Express 模板页面中的一种特定颜色可以提高参与度并增加模板下载。了解到这一点后,我们增加了具有该颜色的模板数量,使得下载量增加了 35%。凭借基于实证证据的创意决策,我们已经处于数据驱动型营销创新的最前沿。



更改管理和组织准备

在营销中采用生成式 AI 具有变革潜力,但如果将其强行纳入现有的组织结构和工作流程,其影响将大大减弱。为了充分发挥这项技术的力量,组织必须在人员、流程和技术方面做出重大改变。

更改管理

组织使人员和团队调整为新的运营方式以实现平稳过渡且干扰最小的过程。

1.人员 - 角色、技能组合和文化的演变

成功的更改管理应始终从组织中的人员开始。

新角色

生成式 AI 的集成需要在营销组织内创建新角色。其中最主要的是由生成式 AI 赋能的新型营销人员,他们将传统营销敏锐度与 AI 熟练程度以及对 AI 潜力和局限性的理解相结合。

通过培养这些新一代营销人员,公司可以充分利用生成式 AI 在其计划中推动前所未有的创新、效率和效益。此外,创意技术专家、生成式 AI 创意总监、文案编辑和设计师等角色对于维护品牌完整性和质量控制方面也变得至关重要。

生成式 AI 驱动的环境中的核心角色和职责。

绩效营销人员必须对内容创作和活动管理采取一种改进的方法。他们不再遵循通常需要数周的传统简报和创意周期,而是利用生成式 AI 来创建高性能的营销活动。

生成式 AI 创意总监制定并维护全面的品牌准则。他们向绩效营销人员展示如何在 AI 驱动的内容创建中应用这些准则,以实现所有输出的品牌一致性。

生成式 AI 文案编辑人员负责监督 AI 生成文案的审核、编辑和批准。他们与生成式 AI 创意总监密切合作,以确定语气、渠道和其他品牌准则。

生成式 AI 设计师使用 [Adobe Firefly](#) 和 GenStudio for Performance Marketing 等 AI 工具,以提供源源不断的视觉内容。他们构建了一个丰富的预批准的图像存储库,并审查和批准营销人员生成的创意资产以进行质量控制。

生成式 AI 试点负责人推动生成式 AI 计划在全球营销组织中成功实施,并与高管领导紧密合作,指导生成式 AI 技术的持续改进和采用。



Adobe GenStudio for Performance Marketing 对我而言是一个很有价值的工具。它帮助我快速生成面向客户的内容,同时显著降低成本和开发时间。这让我在创建内容变体进行试验时拥有更大的自由度和灵活性,并能更快地获得洞察。同样,我也很高兴看到生成式 AI 能在整个用户历程中助力实现更深入的个性化。

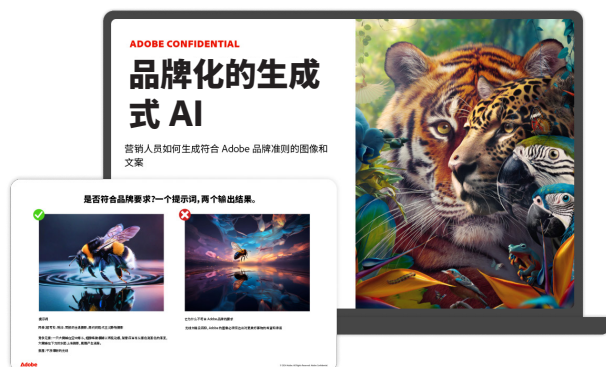
Sushmitha Komar

Adobe 高级生命周期营销人员



新技能

这些新角色将需要新的技能。这可能涉及有关提示最佳实践、图像生成、品牌依从性以及其它主题的培训计划,还包括建立内部生成式 AI 卓越中心。在我们自己的历程中,我们意识到营销人员需要更多关于如何提示符合品牌的内容的培训,所以创意技术团队开发了一个生成式 AI 指南,以帮助营销人员优化他们对 GenStudio for Performance Marketing 的使用。



协作和文化

整合生成式 AI 需要营销和创意团队之间的教育、支持以及更紧密的联盟。传达生成式 AI 作为可增强创意工作同时减少单调任务的工具所具有的优势,并建立一个具有开放反馈回路的强大的审查和批准流程,这些都可以为这种合作关系奠定基础。当营销团队有机会对项目进行更多的创意控制时,品牌团队可以帮助管理合规性并维护品牌护栏以改进内容创作。这些团队可以在企业全面转型之前完善调整并验证其投资回报率。培养协作文化可以推动成功、生成式 AI 的采用和价值实现。

品牌准则

管理和定义品牌外观和风格的规则,用于跨平台构建易于消费者辨识的品牌标识。例如,品牌准则会重点强调颜色编码、徽标、已批准字体、首选书写风格和语气等。

2. 流程 - 重新定义工作流程

面对如此大规模的改革，必须检查当前流程并根据需要对其进行重组。

建立强大的品牌护栏

随着内容创建的数量和速度呈指数级增长，组织需要确保遵守品牌准则。这些护栏作为一个全面的框架，使 AI 生成的内容与品牌的核心价值观、口吻和视觉形象保持一致。当下的首要任务是对品牌领导者进行教育，使其了解如何让生成式 AI 符合品牌要求，以及定期审查和更新指南的重要性，从而确保准则能与品牌共同发展并始终保持相关性。

重新设计审查和审批流程

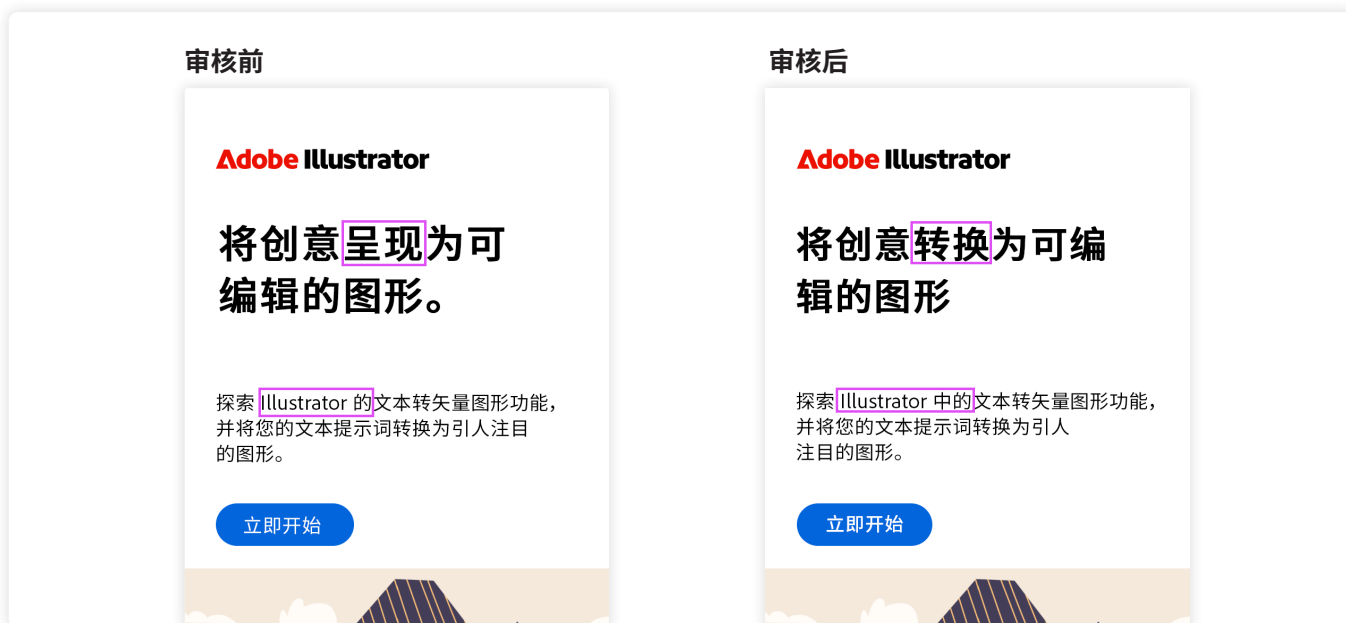
创意人员需要审查营销人员使用生成式 AI 制作的内容，以检查它是否符合高质量的品牌标准。这种反馈有助于在诸如 GenStudio for Performance Marketing 等工具内完善品牌准则。创意专业人士对品牌形象和情感共鸣有着深刻的理解，在设定创意方向、打造叙事内容以及增添人文色彩，进而将内容从具备功能性提升至富有影响力这几个方面，起着至关重要的作用。在这种新范式中，营销人员处理自己的内容需求，而创意人员则专注于高级策略、创新和策划 AI 生成的内容，以确保其满足最高的创意和有效性标准。



通过清晰地编纂我们的品牌和语言风格准则，我们能够构建模板并优化大型语言模型，以帮助营销人员使用 Adobe GenStudio for Performance Marketing 轻松创建内容。而后，这些准则有助于确保内容符合品牌要求，并在我们所有渠道中保持一致性和品牌完整性。它们还能简化我们品牌团队的审批流程，让我们能够更快地进入市场。”

Heather Freeland

Adobe 首席品牌官



依靠代理合作伙伴

在由生成式 AI 增强的环境中，组织需要重新构想传统的审查和批准流程，以应对不断增加的内容量。我们原本认为内部团队能够处理所产生的新内容量，但很快意识到这在我们的工作流程中造成了瓶颈。我们的代理合作伙伴开辟了一条扩展内容创作的额外途径，这条路径成为了我们战略的重要组成部分，使我们能够实现目标。通过这种合作，公司能够充分利用 AI 工具所带来的生产力提升，并且营销运营在面对快速增长的内容需求时能够保持灵活和响应迅速。

通过分析优化内容创建

借助 GenStudio Insights，实时高级内容性能分析可帮助营销人员准确确定改进之处和改进方式。自动、智能的内容标记甚至可以揭示最能引起受众共鸣的特定消息属性。这些细节允许我们进行精细的决策，进而引发一个创意循环。在这个循环中，绩效数据直接为未来的内容策略提供依据，从而增加参与度和转化率。通过将这些数据纳入创意决策中，营销团队可以创建能够持续提高其内容有效性的流程。公司应将这些洞察引入每个新活动的构思过程中，充分利用这些新功能。

3.技术 - 采用生成式 AI 所需的集成堆栈

以深思熟虑且具有战略意义的方式添加生成式 AI，可确保它增强而非破坏既定流程，从而在营销运营中保持一致性。

与现有营销技术堆栈集成

与许多其他企业一样，Adobe 拥有一整套工具来支持内容创建生命周期。添加到营销技术堆栈中的任何生成式 AI 工具都应与现有工具和工作流程集成，以提供增量效益。例如，GenStudio for Performance Marketing 使我们能够轻松地从 [Adobe Experience Manager Assets](#) 直接摄取预先批准的、符合品牌要求的内容，作为生成其他变体的基础。我们还可以在 GenStudio for Performance Marketing 中利用 [Adobe Workfront](#) 的现有审查工作流程，以确保与组织的活动建立联系，并简化审查和批准流程。

安全性、合规性和生成式 AI 道德规范

采用商业上安全的 AI 驱动型平台需要仔细考虑道德和责任、数据隐私、法规合规性和强有

力的安全措施。我们在内容创建应用中实现负责任的 AI 创新的方法,为解决上述问题提供了一个框架。

- **隐私和数据治理** - 确保生成式 AI 工具遵守严格的数据保护标准,在数据使用和存储方面有明确的政策,并特别关注在内容和提示中使用客户数据的情况。
- **公平性和包容性** - 定期评估 AI 模型在视觉内容创建中是否存在潜在偏差,并确保它们在不同的用户组中产生公平的结果。
- **可靠性和安全性** - 建立严格的测试协议,以在部署前验证 AI 生成内容的可靠性和安全性。
- **安全和有害偏见** - 开发一个生成式 AI 模型,促进营销文案的多样性、公平性和代表性,并通过实施保护措施和过滤器,对任何有害或有偏见的内容采取零容忍政策。
- **人工监督** - 创建一个集成的审查和批准流程,让人工参与关键决策,同时使用 AI 作为提高生产力的工具,而不是取代人工判断。

通过遵守这些原则,组织可以在利用生成式 AI 的强大功能的同时,保持道德标准并遵守监管要求,降低风险并与客户和利益相关者建立信任。

生成式 AI 实施的三个关键成功因素

“随着生成式 AI 技术的快速发展,Adobe 意识到营销格局将随这项技术提供的可能性而演变。但是,仅仅让各个团队以不同方式采用该技术还不足以取得成功。我们需要让我们的创意、营销和工程团队就 GenStudio for Performance Marketing 所能提供的完整愿景达成一致。实现这种战略对齐使得进展快速,带来了显著的成果。”

Patrick Brown

Adobe 增长营销和洞察副总裁

1 从管理层的一致认可和支持开始

生成式 AI 的成功采用取决于强大的管理层的一致认可和支持。管理层必须认识到，他们的角色不仅仅是分配资源，他们必须成为成功采用所需文化变革的积极倡导者，明确阐述生成式 AI 将如何改变营销运营的确切愿景。营造一个拥抱创新并容忍与新技术相关的学习曲线的环境。

在更改管理消息中：

- 清楚公开高级目标和约束条件。
- 重申品牌完整性在此次转型中的重要性。
- 解决关切问题，挑战传统思维，激励团队积极拥抱营销的这个崭新时代。

2 让整个组织为生成式 AI 转型做好准备

生成式 AI 应分阶段推出，最终实现整个组织的转型。首先，确保有合适的角色来支持生成式 AI 的采用和实施。这包括明确定义新职位的职责以及它们如何与现有角色互动。

开发和实施适应生成式 AI 内容的速度和数量的新流程。改进审查和批准流程，并为 AI 的使用建立明确的品牌准则。最后，将生成式 AI 工具无缝集成到现有营销技术堆栈和内容供应链工作流程中，以尽可能减少中断的方式来强化当前运营。

3 从小处着手，逐步扩大规模

要将整个组织转变为新的运营方式，请从小处着手。确定一位生成式 AI 的专业人士来引领这场转型。然后，组建一支专注的绩效营销人员团队，他们能够持续产出卓越的成果。引入撰稿人和设计师，将品牌标识转化为生成式 AI 准则，并审查和批准营销人员创建的内容。这允许在受控环境中快速迭代和改进流程，同时密切关注质量控制和品牌完整性。

监控关键绩效指标(效率提升、内容质量和团队动态),同时制定培训计划以将计划扩展到试点团队之外。尽管您最初可能会观察到送去审查的内容质量下降,但将营销人员培训成为提示专家将会促使质量稳步提升。使用您最初的营销测试团队作为下一批获取这些技能的人员的导师。这种经过审慎考量的方法能够维持质量标准,促进平稳过渡,并最大限度地发挥这项变革性技术的长期影响。

成长的阵痛是变革带来的自然副作用。从中学到经验,以培养一种鼓励有计划冒险的文化。展示对创新和持续改进的承诺,以推动转型。创造这些价值观将培养出一个对未来变化持欢迎态度的敏捷组织。

现在轮到您开始使用 GenStudio for Performance Marketing 了

虽然我们在生成式 AI 方面的经验具有变革性,但它并不能解决所有营销挑战。我们的生成式 AI 之旅正在不断发展,我们将继续致力于提高其在不同渠道和用例中的输出一致性。我们也在探索各种方法,以增强该技术对微妙的品牌声音和复杂的产品叙事的理解。

我们并不宣称掌握所有答案,但我们确实相信,分享我们的经验和洞察是一个合作和共同创造的机会,可以推动整个营销行业的发展。通过讨论我们的成功、挑战和持续存在的问题,我们希望促进一场全社区的对话,共同塑造营销的未来。并邀请其他组织、思想领袖和从业者加入我们。



了解 GenStudio for Performance Marketing 如何帮助您大规模创建动态的营销活动内容,并帮助营销团队提升速度和敏捷性。

[立即开始](#)

Adobe

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

资料来源

“[2024 年数字趋势](#)”, Adobe x Econsultancy, 2024 年。