

Adobe GenStudio
for Performance Marketing

從概念證明到可擴展的生成式 AI 解決方案

Adobe 全球行銷組織如何運用 GenStudio for Performance Marketing 擴展內容創作。

本地化

產生

超現實 3D 魚



Adobe

Adobe Stock

30日間、画像10
点を無料でお試
いただけます。



目錄

簡介	3
全球範圍的企業行銷	4
我們面臨的挑戰	5
生成式 AI 與 Adobe 的內容擴展機會	6
第一波浪潮——提升創意專業人士的生產力	6
第二波浪潮——賦予營銷人員內容創作能力	7
在我們的行銷營運中驗證生成式 AI	7
建立可擴展的解決方案	8
生成式 AI 如何解決我們未獲滿足的需求	8
1. 大規模測試電子郵件和付費社交媒體的應用效果	9
2. 快速更新和重複利用內容	10
3. 讓行銷人員為尚未開發的客群創作全新且獨特的內容	11
4. 促進即時行銷與時效性回應	12
5. 提升區域行銷團隊的本地化能力和敏捷性	13
6. 為創意過程帶來見解	14
變更管理和組織準備	15
1. 人員——職位、技能組合與文化的演變	15
新職位	15
新技能	16
協作與文化	16
2. 流程——重新定義工作流程	17
構建堅實的品牌防護體系	17
重新設計檢閱與核准流程	17
倚賴代理機構合作夥伴	18
利用分析最佳化內容創作	18
3. 技術——用於採用生成式 AI 的整合式堆疊	18
整合現有行銷技術堆疊	18
安全性、合規性及生成式 AI 倫理道德	18
實施生成式 AI 的三個關鍵成功要素	19
1. 從高層管理者的統一認識和支援開始	20
2. 為整個組織做好迎接生成式 AI 轉型的準備	20
3. 從小規模開始，逐步擴展	20
輪到您踏上 GenStudio for Performance Marketing 之旅了	21
資料來源	21

簡介

「在所有產業中，對內容的需求都是無止境的，因為客戶期望每一次與品牌的接觸都能得到個人化的體驗。行銷團隊正竭力應對，試圖跟上視覺素材和文字內容的數量需求，以便能在不同客群、通道和市場上以更大的規模和更快的速度推出行銷活動。就在這個挑戰看似無法克服之時，生成式 AI 的出現為創意團隊和行銷團隊帶來了一種新方法，幫助他們既跟上客戶的需求，又能讓品牌實現突破。」

Heather Freeland

Adobe 品牌長



對於績效行銷團隊而言，內容是數位經濟的流通媒介。但我們現在面臨巨大壓力，需要以前所未有的速度和數量創作更多內容，而又不能增加額外資源。在 Adobe，我們深知這些挑戰。我們的全球行銷組織在產生足夠的資源、發起和更新行銷活動、應對市場趨勢以及即時追蹤內容效能方面，都面臨困難。這些親身經歷讓我們有了更深刻的認識，並激勵我們進一步縮小客戶需求與我們能力之間的差距。

生成式 AI

這是人工智慧的一個子集，它能根據輸入或提示創造出新的內容——包括文字、影像、視訊、音訊或整個體驗——超出了傳統 AI 分析數據和自動化流程的能力範疇。

[Adobe GenStudio for Performance Marketing](#)

勢必會在營銷界帶來劃時代的創新。這是一款以生成式 AI 為首的應用程式，能以前所未有的速度和規模促進高影響力內容的製作。它助力行銷團隊為廣告、電子郵件及行銷活動創造符合品牌形象的跨通道內容，同時提供即時見解以最佳化內容效能。我們首先在內部組織進行了測試，結果令人驚嘆。

全球範圍的企業行銷

Adobe 全球行銷組織 (GMO) 擁有超過 1,100 名員工，以世界級的專業知識推動公司大規模的行銷活動。GMO 每年行銷支出超過 10 億美元，在多個通道和市場策劃精密的行銷活動。以我們的覆蓋範圍為例，我們每年傳送數十億封電子郵件，以逾 40 種語言針對全球各地不同的客群細分市場。



儘管我們的成就令人印象深刻，但我們一直苦於需要大量內容來實現規模化、個人化、及時且高效的行銷，特別是考慮到我們每年製作的行銷活動數量。例如，我們的黑色星期五促銷活動需要為不同產品線在通道、客群和全球市場上建立數萬資產和變化版本。在 2023 年，我們僅為這一場行銷活動就產生了 52,000 件資產。這項鉅大的工作耗費了我們許多工作室和代理機構的資源，並導致其他專案出現內容缺口。無法快速建立、調整或更新內容，往往意味著行銷活動變得乏味或效果減弱，從而降低客戶參與度和投資回報率 (ROI)。

資產

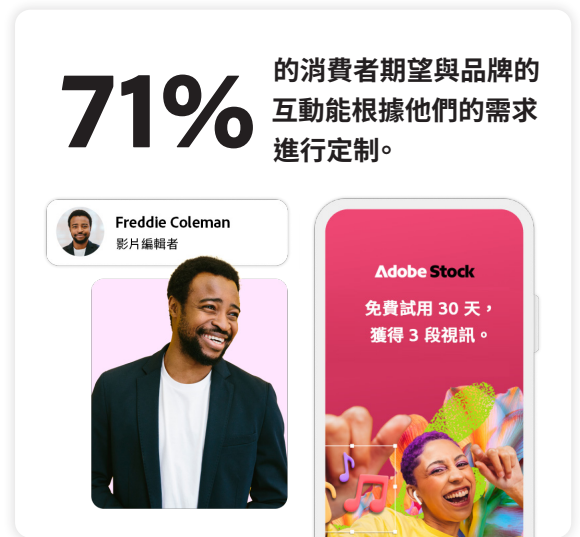
可以包括多個變化版本、子資產或圖層的數位文件、影像、視訊或音訊檔案。

我們面臨的挑戰

在當今這個對內容需求極大的世界裡，我們與許多其他企業行銷組織一樣，面臨著種種挑戰。其中最主要的挑戰是迅速擴大資產生產規模，以滿足日益增長的個人化內容需求，同時降低成本。我們傳統的生產方法限制了工作流程，拖慢了整個行銷生態系統的速度。

無法生成足夠的內容和變化版本，造成下列限制：

- 大規模進行全面測試及使用精密的最佳化運算法則，仍然是一項挑戰。
- 無法及時更新及重複利用內容，對我們的行銷活動成效造成了影響。
- 由於缺乏相關內容且資源有限，無法滿足不同客群細分的需求。
- 持續的內容短缺削弱了我們對市場動態做出反應的能力，並限制了我們大規模提供及時行銷活動的能力。
- 地區團隊過於依賴英文資料，致使本地化工作進度放緩。
- 相關見解缺乏資產層面的細緻數據來量化內容的影響，從而難以最佳化行銷活動。



59%

的行銷團隊表示，由於創意團隊面臨過大的需求，內容創作面臨挑戰。

41%

的公司正在使用或計劃使用生成式 AI，以根據客戶數據提供個人化的內容。

數據來源：Adobe

我們的研究發現，59% 的行銷團隊因為創意團隊的壓力過大以及需要創意人員為每一個新的內容片段或版本付出努力，而報告了類似的挑戰。我們許多人都在尋求解決這些問題的方法，而大多數路徑都指向了生成式 AI。在我們的[《2024 年數位趨勢報告》](#)中，內容成為了生成式 AI 戰略的首要應用場景，有 41% 的公司報告稱他們正在或將要在個人化工作中實施生成式 AI。

「媒體和電子郵件團隊需要在各行銷通道上獲得大量、多樣化、獨特且符合品牌形象的內容，以吸引客戶並實現其業務目標。簡而言之，現在是內容和體驗在驅動行銷 ROI。」

Patrick Brown

Adobe 增長行銷與見解副總裁



生成式 AI 與 Adobe 的內容擴展機會

2022 年底生成式 AI 的出現，對我們的全球行銷組織來說是一個劃時代的時刻。我們認識到它使用自然語言提示來建立文字和影像的變革性潛力，因此組建了一個由行銷人員、創意人員和數據科學家組成的跨職能團隊，並責成他們將這項強大的技術融入我們的內容創作流程中。當我們開發新產品時，Adobe 通常會是第一個客戶——我們會在自己的工作流中測試產品，然後再發佈到全世界。這項舉措不僅僅是為了採用新技術，更是為了開啟行銷敏捷性的新時代，這將有助於我們重新定義運營能力，並讓我們的客戶也能做到這一點。

績效行銷人員

負責為電子郵件及付費媒體（包括展示廣告、社交媒體及視訊平台）建立行銷活動以提升業績（如 ROI、銷售額及參與度）的行銷人員。

第一波浪潮——提升創意專業人士的生產力

將生成式 AI 整合到 Adobe Creative Cloud，特別是在 Photoshop 和 Illustrator 等旗艦產品中，標誌著生產力的大幅提升。[Photoshop 中的「生成填色」\(Generative Fill\)](#) 和 [Illustrator 中的「生成式重新上色」\(Generative Recolor\)](#) 等功能，極大地減少了創意專業人士在乏味編輯

任務上所花費的時間，同時也有助於解決我們一直面臨的內容缺口問題。加速創意流程可讓團隊製作出更多高品質的內容，以滿足對個人化和及時行銷資產日益增長的需求，最終讓創意團隊將時間花在推動業務發展的高層次策略上。

第二波浪潮——賦予營銷人員內容創作能力

儘管在效率和生產力方面取得了巨大進步，我們仍需努力縮小內容缺口。2023 年初，我們為行銷人員配備了生成式 AI 內容創作功能。傳統上，我們的行銷流程涉及編寫簡報、等待資產以及傳送資產以獲取檢閱與核准的冗長週期。

透過開發可讓行銷人員根據品牌指導原則自主產生資產的工具，我們加速了市場進入策略，提升了行銷活動的靈活性，並最佳化了資源利用率。這種方法發掘我們績效行銷團隊的潛力，並為他們賦予生成式 AI 功能，從而填補了內容缺口。



在我們的行銷營運中驗證生成式 AI

我們的首要挑戰是確定生成式 AI 能否創作出既準確展現我們產品、又保持創意並符合我們品牌基調的行銷材料。Adobe 的品牌，經由數十年的創新培育而成，對我們的業務成功至關重要。在這種轉型中，生成式 AI 內容必須忠於我們的品牌形象，以便維持客戶信任、市場定位以及建立對生成式 AI 工具的內部信任，這是至關重要的。這一點最終獲得了成功。

雖然在企業討論中，也有人擔心 AI 可能會產生「幻覺」——即生成事實上不準確的內容——但我們的實驗結果顯示，這些問題並不嚴重，甚至可能帶來好處。這些由 AI 帶來的

創意飛躍，往往在保持產品準確性的同時，也產生了創新的內容。在其他領域常被視為生成式 AI 局限性的問題，在我們的行銷應用中卻成為了一個獨特的優勢，因為在這裡，創意是關鍵的區分因素。

建立可擴展的解決方案

生成式 AI 為我們的創意和行銷團隊帶來了成功，這讓我們看到了為類似組織創造一款產品的機會。我們的創意團隊與生成式 AI 工具緊密合作，同時對其輸出進行指導和完善，建立提示以產生符合品牌形象的內容。隨著我們對這項技術的信心增強，我們轉向了更具可擴展性的方法，要求我們的創意人員和工程師將其專業知識編碼成一個系統。我們與研究實驗室和產品團隊緊密合作，構建了可讓行銷人員自主滿足大部分內容需求的元件。這項工作的成果是一款新產品——Adobe GenStudio for Performance Marketing。

Adobe GenStudio for Performance Marketing 不是將多個應用程式的功能拼湊在一起，而是一款單一的自助式應用程式，可讓行銷人員與創意團隊輕鬆地合作，從中尋找、調整、建立並分析其行銷活動所需的內容。該工具可幫助滿足以符合品牌形象的內容來提供個人化體驗的需求，更新活動以保持客戶的參與度，並對動態市場趨勢做出回應。藉助即時見解，績效行銷人員可以持續最佳化資產的使用和行銷活動，以最大限度地提高其影響力和成效。

生成式 AI 如何解決我們未獲滿足的需求

開發出 Adobe GenStudio for Performance Marketing 後，我們在工作流程中的整合採取了審慎的方法。我們探討了所面臨的挑戰，並研究了特定的應用場景，以衡量生成式 AI 對每個場景的影響。以下是我們的發現。

「Adobe GenStudio for Performance Marketing 為現代數位行銷人員帶來了劃時代的變革。我們的行銷團隊可以針對付費社交廣告和行銷電子郵件更快速地製作更多符合品牌形象的資產。這意味著透過更高的個人化程度為客戶打造更佳的體驗歷程，並透過減少疲勞感、增加每個行銷計畫中的內容數量 and 多樣性來提高 ROI。」

Patrick Brown

Adobe 增長行銷與見解副總裁

1. 大規模測試電子郵件和付費社交媒體的應用效果

挑戰：我們的行銷人員很難對電子郵件和付費社交媒體行銷活動進行大規模測試，這主要是因為在預算和時間的限制下，我們所能產生的內容變化版本不足。無法根據表現數據來最佳化內容，導致了參與率和轉化指標的下降。當測試成為可能時，我們也只能測試主旨行和前導語的兩個版本，而不能測試整封電子郵件。對於付費媒體，我們通常只能建立一個變化版本，有時能建立兩個，這使得我們很難利用社交平台出色的目標定位功能。

8.5%

郵件開啟率增長

使用 GenStudio for Performance Marketing，我們可以每兩週更換並測試新的主旨行，從而使郵件開啟率提升了 8.5%。

A/B/n 測試

A/B 測試的一種延伸，其中會比較超過兩個不同版本的內容（例如網頁、電子郵件或數位資產），以瞭解哪一個版本最能推動業務成果。

解決方案：Adobe GenStudio for Performance Marketing 能夠根據每個提示，為我們請求的每個資產至少產生四個變化版本，這些變化版本擁有不同的標題、主旨和正文，並與我們的目標客群及產品保持一致。現在，我們可以在遵循 Adobe 品牌指南的同時，迅速產生並測試整個電子郵件和付費社交廣告的多個內容變化版本。對於電子郵件，我們會對不同的內容元素（包括主旨行、正文、影像和行動呼籲）進行 A/B/n 測試和多變化版本分析。對於付費社交媒體，我們利用 Facebook 和 Instagram 的最佳化算法，將適合的內容呈現給適合的客群。

影響：在首次由生成式 AI 支援的電子郵件測試中，我們迅速為 Adobe Photoshop 建立並測試了五個版本的電子郵件，結果點擊率提升了超過 10%。在隨後使用相同策略的測試中，我們針對 Adobe Illustrator 的電子郵件行銷活動實現了驚人的 57% 點擊率增長。內容建立的速度還讓我們能夠每兩週為進行中的行銷活動測試新的主旨行，從而使郵件開啟率提高了 8.5%。在付費社交媒體方面，我們對 Adobe Creative Cloud 開展了一項有五種不同影像和文字內容變化版本的行銷活動，相比之前的類似活動，投資回報率提高了 10%。測試的規模和速度徹底改變了我們最佳化內容的方法，顯著提升了行銷業績和效率。

57% 的點擊率增長

在一項由生成式 AI 支援的測試中，與其他變化版本相比，一個使用 Adobe Illustrator 製作的電子郵件行銷活動實現了 57% 的點擊率增長。

1



利用生成式 AI 快速推進設計工作。

在 Adobe Illustrator 中使用 Adobe Firefly 支援的生成式 AI，您可以快速生成插圖、文字、圖標和圖表。只需輸入提示，即可生成您需要的內容。這一切均由 Adobe Firefly 生成式 AI 提供支援。

立即試用

2



生成式 AI，快速製作令人驚嘆的插圖的捷徑

在 Adobe Illustrator 中使用 Adobe Firefly 支援的生成式 AI，您可以快速生成插圖、文字、圖標和圖表。只需輸入提示，即可生成您需要的內容。這一切均由 Adobe Firefly 生成式 AI 提供支援。

立即試用

3



利用生成式 AI 加速將想法變成藝術作品

在 Adobe Illustrator 中使用 Adobe Firefly 支援的生成式 AI，您可以快速生成插圖、文字、圖標和圖表。只需輸入提示，即可生成您需要的內容。這一切均由 Adobe Firefly 生成式 AI 提供支援。

立即試用

4



生成式 AI，創作插圖時的創意夥伴

在 Adobe Illustrator 中使用 Adobe Firefly 支援的生成式 AI，您可以快速生成插圖、文字、圖標和圖表。只需輸入提示，即可生成您需要的內容。這一切均由 Adobe Firefly 生成式 AI 提供支援。

立即試用

5



在 Illustrator 中利用 AI 實現您的想法。

在 Adobe Illustrator 中使用 Adobe Firefly 支援的生成式 AI，您可以快速生成插圖、文字、圖標和圖表。只需輸入提示，即可生成您需要的內容。這一切均由 Adobe Firefly 生成式 AI 提供支援。

立即試用

2.快速更新和重複利用內容

挑戰：持續更新內容能提升行銷活動的績效並減少廣告疲勞。例如，Meta 建議每三到四週更新一次廣告資產。由於我們的內容需求未獲滿足，導致我們無法為付費媒體行銷活動定期提供足夠的內容。內容常常因此變得陳舊，因為我們只能每季度更新一次內容，部分資產甚至在市場上存在超過六個月。雖然我們擁有一個龐大的高品質、已獲核准並使用過的資產庫，但重新利用或混搭現有內容與創作新資產一樣耗時。

解決方案：GenStudio for Performance Marketing 整合了我們的數位資產管理 (DAM) 系統與生成式 AI 功能，可讓我們根據創意團隊的原創設計，產生現有資產的最新版本。如今，行銷人員可以快速存取、編輯和混搭現有已獲核准的資產。例如，社交媒體行銷活動中一張成功的主题影像，可以運用生成式 AI 建立的新標題進行更新，或重新利用來打造一個新的電子郵件行銷活動。

影響：讓行銷人員重複利用和更新內容，大幅縮短了我們的產品上市時間，將電子郵件的制作過程從兩到三週縮短至僅需兩到三天。現在，我們可以輕鬆地重複利用電子郵件內容，對不同的目標客群使用相同的主題影像搭配不同的文案。在一個例子中，我們為 Adobe Illustrator 2023 行銷活動製作的一張高效能主题影像，已被重新利用來建立多個額外的電子郵件行銷活動。快速調整主题影像上的高效能元素，如標題或行動呼籲，極大地提升了我們行銷活動的敏捷性。測試的規模和速度徹底改變了我們最佳化內容的方法，顯著提升了行銷業績和效率。

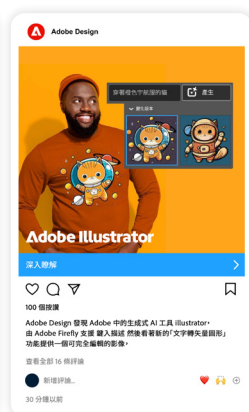
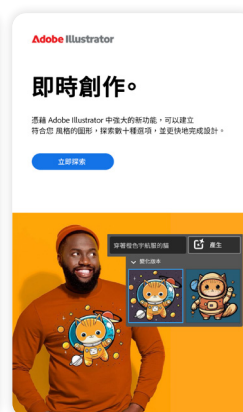
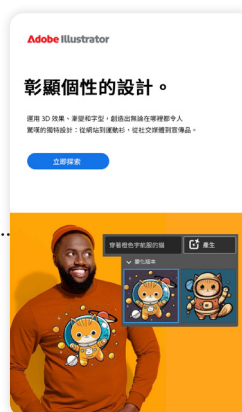
3 週縮短為 3 天

利用生成式 AI 加速電子郵件撰寫流程並提升生產力。

此資產由設計師使用生成式 AI 建立...



變成了使用 GenStudio for Performance Marketing 建立的下列新資產。



3.讓行銷人員為尚未開發的客群創作全新且獨特的內容

挑戰：資源有限，因此我們很難為不同的客群細分創作個人化內容，從而錯失了許多機會，並導致我們整個客戶群的互動度不佳。例如，我們的生命週期行銷團隊嘗試為北美地區的客户獲取計畫提供 12 個不同的客群，但由於內容缺乏，我們通常只能為 6 個客群提供服務。我們的團隊因內容不足，無法在付費媒體中針對特定的客群和活動進行投放。我們雖然可以廣泛宣傳 13 款產品，但缺乏針對不同角色的特定資產，無法在社交平台上為每個角色建立差異化的訊息和內容。

解決方案：由生成式 AI 賦能的內容創作，以其驚人的速度和靈活性，讓我們的行銷團隊能夠精準對接更多客群，並提供與他們偏好高度契合的內容。GenStudio for Performance Marketing 讓使用者只需使用相同的提示並變更目標角色，便能輕而易舉地實現內容的個人化，為不同客群在不同通道上打造出符合品牌風格的變化版本。

影響：我們現正以更多相關的內容吸引更多廣泛的客戶群，從而在不同的客群細分市場中取得更卓越的行銷成效。我們的生命週期行銷團隊已將北美地區客戶獲取活動中的個人化內容所覆蓋的不同電子郵件體驗及客群數量翻倍。如今，我們能定期接觸全部 12 個客群，從而加速達成我們的收入目標。至於付費媒體方面，GenStudio for Performance Marketing 可讓我們創作充足的內容，從而更有效地利用社交平台的運算機制，將適合的內容傳遞給客群。

生命週期行銷人員

制定並執行行銷策略，以在客戶與品牌的體驗全程中吸引他們。

100%
的目標客群
觸達

生命週期營銷團隊已將所提供的獨特電子郵件體驗數量及接收個人化內容的客群數量實現雙倍增長。



4. 促進即時行銷與時效性回應

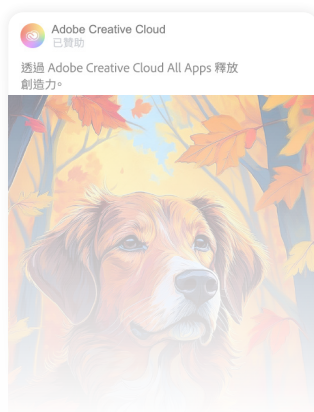
挑戰：無法在足夠的時間內製作內容以利用目前事件和市場機遇，導致我們錯失了收入，並降低了市場相關性。我們為期三週的製作時間經常讓我們錯過關鍵的時機窗口，特別是對於季節性活動和新興趨勢而言。

解決方案：GenStudio for Performance Marketing 將我們的品牌內容創作流程從數週縮短至數天甚至數小時，從而讓我們能夠更好地對事件做出即時反應。行銷人員可以獨立創作內容，這極大地縮短了資產的等待時間。他們可以尋找、創作和調整資產，以吸引客戶，並分析即時表現數據來更新行銷活動，確保與市場趨勢保持一致。

影響：藉助 GenStudio for Performance Marketing，我們能夠建立並執行以往難以達成的行銷活動。2023 年，我們成功推出了有史以來首次以秋季為主題的 Adobe Creative Cloud 付費社交媒體行銷活動，其投資回報率 (ROI) 比同類活動高出 9%。最近，我們為 Creative Cloud 推出了夏季奧運會行銷活動，該行銷活動是在我們每週的財務結果顯示某外國市場呈現強勁勢頭後迅速建立的。這種新發現的敏捷性提高了我們對市場的反應速度，並提升了行銷活動的表現以及整體行銷效果。

9% ROI 增長

藉助生成式 AI，我們推出了有史以來首次以秋季為主題的 Creative Cloud 付費社交媒體行銷活動，其投資回報率 (ROI) 比同類活動高出 9%。



5.提升區域行銷團隊的本地化能力和敏捷性

挑戰：我們的四個區域性 Adobe 行銷團隊，遍及超過 50 個國家，在製作與當地文化相契合的內容時面臨重重挑戰。受制於預算限制，他們不得不大量依賴本地化的英語材料。這樣的做法耗時冗長，且未能有效觸動當地受眾的心弦。

解決方案：GenStudio for Performance Marketing 的多語言功能可讓我們的各區域團隊迅速且獨立地以他們的主要語言創作包含本地化內容的行銷活動。此外，國際團隊也能在維持品牌標準的同時，迅速將全球性行銷活動本地化，以顧及文化細微差別。生成式 AI 則可讓資產重複利用，並為每個區域快速產生數十種廣告變化版本。

影響：對 Adobe 而言，這種內容創作的分散化大幅提升了國際市場營銷的敏捷度。我們的日本營銷團隊對能以母語進行內容創作並進行大規模測試的機會感到十分興奮。當我們向該團隊介紹了 GenStudio for Performance Marketing 後，他們僅用數天時間就為現有的 Document Cloud 電子郵件行銷活動設計並測試了新的主旨行。在這次測試中，表現最佳的主旨行點擊率提升了 10%，團隊已規劃在行銷運營中進一步擴大測試規模。我們現正將這項功能推廣到其他地區團隊。

🌐 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



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、並べ替えた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%

電子郵件點擊率的增加

我們在日本的行銷團隊為 Document Cloud 電子郵件行銷活動創作並測試了新的主旨行，並以表現最佳的主旨行將點擊率提高了 10%。

6. 為創意過程帶來見解

挑戰：傳統行銷分析極度依賴抽象的數據，導致內容與表現指標之間存在斷層。我們很難確定影像或文案中的哪些元素（如色彩、形狀、主題、關鍵詞或語調）能引起客群的共鳴。相反，我們經常依靠直覺，結果錯失了改進的機會，並且在不同的行銷活動中無法始終如一地複製成功。

解決方案：GenStudio for Performance Marketing 將見解置於內容創作流程的首位，改變了我們的內容創作方式。該應用程式會接收發佈的所有行銷資產，並透過 AI 特徵化服務進行處理，擷取所有相關屬性，如背景色彩和前景色彩、主題、物件、氛圍、語調、格式等。這些特徵隨後會與每個資產的效能數據相結合，總體而言，可以用來回答諸如「在這個地區或國家，哪種背景色彩最能吸引這個產品或客戶細分市場的關注？」之類的問題。

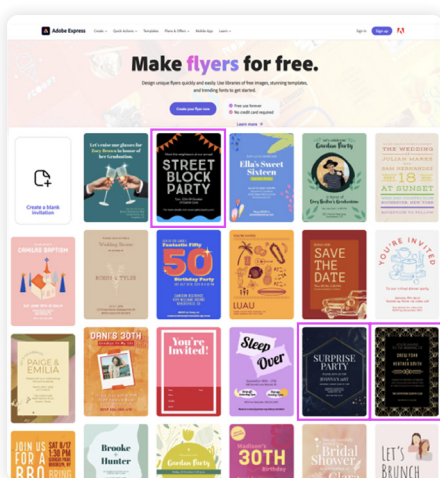
影響：運用數據推動的方法，已將我們的創意流程轉變為一個不斷改進的迭代循環，讓見解為未來的策略及更有效的行銷活動提供指引。在一個案例中，我們將見解應用於網站上的資產，結果顯示，Adobe Express 範本頁中的某一種特定色彩能夠提升範本下載的互動率。了解這一點後，我們增加了使用該色彩的範本數量，從而使下載量提升了 35%。我們的創意決策均以實證為基礎，這讓我們處於數據推動的行銷創新的前沿位置。

此廣告表現很好。原因是什麼？



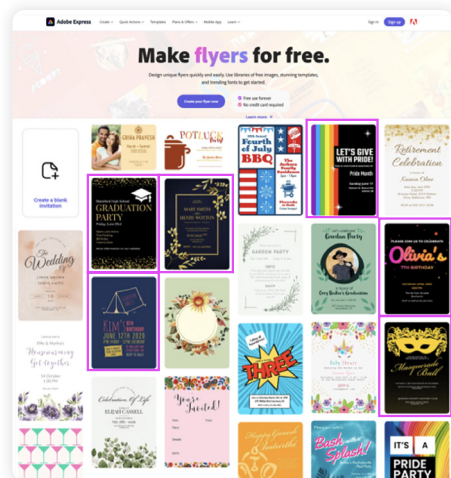
控制

暗色系範本較少



測試

暗色系範本較多



35% 下載量增加

運用關於最受歡迎範本色彩的見解，使下載量增加了 35%。

變更管理和組織準備

行銷領域採用生成式 AI 具有變革性的潛力，但若被迫融入現有的組織結構和工作流程中，其影響力將大打折扣。要充分釋放這項技術的全部威力，組織必須在人員、流程和技術方面進行重大變革。

變革管理

這是一個組織讓人員和團隊適應新的運作方式，從而實現平穩過渡並將干擾降至最低程度的過程。

1. 人員——職位、技能組合與文化的演變

成功的變革管理應該始終從組織中的人員開始。

新職位

生成式 AI 的整合需要在行銷組織內建立新職位。其中最重要的是一種新型行銷人員模式，他們擁有生成式 AI 的賦能，將傳統的行銷敏銳洞察力與 AI 的熟練程度，以及對 AI 潛力和局限性的理解相結合。

透過培養這些新一代行銷人員的成長，公司可以充分利用生成式 AI，在其行銷活動中推動前所未有的創新、效率和成效。此外，創意技術專家、生成式 AI 創意總監、文案編輯和設計師等職位，在維護品牌完整性和品質控制方面變得至關重要。

在生成式 AI 支援的環境中的核心角色與職責

效能行銷人員 必須採取更進階的方式來進行內容創作和行銷活動管理。他們不再遵循往往需要數週時間的傳統簡報和創意週期，而是運用生成式 AI 來打造高效能的行銷活動。

生成式 AI 創意總監 負責建立和維護全面的品牌指南。他們向效能行銷人員展示如何在 AI 支援的內容創作中應用這些指南，從而確保品牌在所有輸出中的一致性。

生成式 AI 文案編輯 負責監督 AI 產生的文案的檢閱、編輯和核准工作。他們與生成式 AI 創意總監緊密合作，共同確立語調、傳播通道及其他品牌指南。

生成式 AI 設計師 使用諸如 [Adobe Firefly](#) 和 [GenStudio for Performance Marketing](#) 之類的 AI 工具，提供源源不斷的視覺內容。他們會建立一個豐富的預先核准影像庫，並對行銷人員產生的創意資產進行檢閱與核准，以確保品質控制。

生成式 AI 試點專案負責人 在全球行銷組織內成功推動生成式 AI 項目的實施，並與高層領導團隊齊頭並進，指導生成式 AI 技術的不斷改進與應用。

「對我而言，Adobe GenStudio for Performance Marketing 是一個非常有用的工具。它幫助我快速產生面向客戶的內容，同時大幅降低了成本和開發時間。我在創作內容變化版本以進行實驗和更快獲得見解方面擁有更多的自由和靈活性。我非常期待看到生成式 AI 如何在使用者歷程中實現更加深入的個人化定制。」

Sushmitha Komar

Adobe 資深生命週期行銷人員



新技能

這些新職位需要新技能。這可能涉及關於提示最佳實踐、影像產生、品牌一致性及其他主題的訓練項目，同時也需要建立內部的生成式 AI 卓越中心。在我們自己的探索歷程中，我們意識到行銷人員需要更多關於如何提示以產生符合品牌形象之內容的訓練，因此我們的創意技術團隊開發了一份生成式 AI 指南，以幫助行銷人員最佳化他們在使用 GenStudio for Performance Marketing 時的效果。



協作與文化

整合生成式 AI 需要教育、支援以及行銷團隊與創意團隊之間更緊密的協作。將生成式 AI 定位為一個既能提升創意工作品質又能減少冗餘任務負擔的工具，並清晰地向團隊傳達其帶來的好處，同時建立一個包含開放性反饋機制的健全檢閱與核准流程，為這一合作關係奠定基礎。當行銷團隊有機會對專案進行更多創意控制時，品牌團隊可以協助管理合規性並維持品牌保護措施，從而改善內容創作。這些團隊可以在全企業範圍轉型之前進行改進

品牌指南

管轄並定義一個品牌的外觀和風格的規則，旨在建立起一個在各大平台上都能讓消費者輕易識別的品牌形象。例如，品牌指南會強調色碼、標誌、核准的字型、偏好的寫作風格和語氣等。

並證明投資回報率。培養合作文化可以推動成功、促進生成式 AI 的應用並實現價值。

2. 流程——重新定義工作流程

進行如此重大的變革時，我們必須仔細審查目前的流程，並根據需要對其進行重組。

構建堅實的品牌防護體系

隨著內容創作的數量和速度急劇增加，組織必須確保堅持品牌準則。這些保護機制作為一個全面的框架，使 AI 生成的內容與品牌的核心價值、語調及視覺形象保持一致。對品牌負責人進行教育，讓他們瞭解如何使生成式 AI 契合品牌，並強調定期審核與更新準則的重要性，這非常關鍵。因為唯有如此，才能確保這些準則隨著品牌的不斷成長而演進，並始終維持其相關性。

重新設計檢閱與核准流程

創意團隊需要檢閱行銷人員利用生成式 AI 製作的內容，確保其達到品牌的高標準品質。這些反饋有助於在諸如 GenStudio for Performance Marketing 之類的工具中，完善品牌準則。創意專業人士憑藉對品牌識別度與情感共鳴的深刻理解，在設定創意方向、編織敘事以及為內容增添人性光輝方面發揮著關鍵作用，從而將內容從功能性提升至富有影響力的層面。在這個新範式中，行銷人員自行處理內容需求，而創意團隊則專注於高層次的策略規劃、創新，以及策展 AI 生成的內容，確保其達到創意與效果的最高標準。

「透過明確地將我們的品牌和語調指南進行編碼，我們能夠建立範本並改進大型語言模型，從而幫助行銷人員輕鬆地使用 Adobe GenStudio for Performance Marketing 建立內容。這些指南隨後確保該內容符合品牌標準，並在所有通道上保持一致性和品牌完整性。它們還簡化了我們品牌團隊的核准流程，讓我們能更快地推向市場。」

Heather Freeland

Adobe 品牌長

檢閱前



檢閱後



倚賴代理機構合作夥伴

在由生成式 AI 增強的環境中，組織需要重新構想傳統的檢閱與核准流程，以應對內容數量的激增。我們原本以為內部團隊能應對新製作的內容的數量，但很快就意識到這在我們的工作流程中造成了瓶頸。我們的代理機構合作夥伴開闢了一條額外的內容創作路徑，成為我們戰略中不可或缺的一部分，幫助我們達成目標。藉此合作，公司可以充分利用 AI 工具帶來的生產力提升，行銷運營也能在面對迅猛增長的內容需求時保持敏捷和快速的反應。

利用分析最佳化內容創作

藉助 GenStudio Insights，即時進階內容效能分析可幫助行銷人員精確判斷需要改進的地方及方式。自動且智慧的內容標籤甚至能揭示最能引起客群共鳴的特定訊息屬性。這些細節讓決策更為細緻，從而激發一個創意循環，其中效能數據直接為未來的內容策略提供訊息，進而提升用戶參與度和轉化率。行銷團隊若在創意決策中納入這些數據，便可建立能持續提升內容有效性的流程。公司應將這些見解納入每個新行銷活動的構思過程中，從而充分發揮這些新功能的優勢。

3.技術——用於採用生成式 AI 的整合式堆疊

以深思熟慮、具有策略性的方式引入生成式 AI，可確保其增強而非破壞既定流程，從而在行銷運營中保持一致性。

整合現有行銷技術堆疊

像許多其他企業一樣，Adobe 擁有一整套支援內容創作生命週期的工具。任何加入至行銷技術堆疊中的生成式 AI 工具都應與現有工具和工作流程整合，以提供額外的優勢。例如，GenStudio for Performance Marketing 可讓我們輕鬆地從 [Adobe Experience Manager Assets](#) 擷取預先核准的、符合品牌形象的內容，作為生成更多變化版本的基礎。我們還可以在 GenStudio for Performance Marketing 內部直接利用 [Adobe Workfront](#) 現有的檢閱工作流程，以確保與組織的行銷活動保持連接，並簡化檢閱與核准流程。

安全性、合規性及生成式 AI 倫理道德

採用商業上安全、AI 支援的平台需要仔細考慮倫理道德和責任、數據隱私、遵守法規以及強大的安全措施。我們在內容創作應用程式中對負責任的 AI 創新所採取的方法，為解決這些問題提供了一個框架：

- **隱私與數據治理**—確保生成式 AI 工具遵守嚴格的數據保護標準，制定明確的數據使用和儲存政策，並特別關注在內容和提示中使用客戶數據的情況。
- **公平性與包容性**—定期評估 AI 模型在視覺內容建立中可能存在的偏見，並確保它們能在不同使用者群組中產生公平的結果。
- **可靠性與安全性**—在部署前建立嚴格的測試協議，以驗證 AI 產生的內容的可靠性與安全性。
- **安全性與有害偏見**—開發一個能在行銷文案中促進多元性、公平性和代表性的生成式 AI 模型，並透過設定保護措施和篩選器，對任何有害或帶有偏見的內容實行零容忍政策。
- **人工監督**—建立一個綜合的檢閱與核准流程，讓人工參與關鍵決策，同時將 AI 作為提高生產力的工具，而非取代人類判斷。

遵循這些原則，組織不僅能充分利用生成式 AI 的強大功能，還能確保遵守道德準則及監管規定，有效降低風險，並與客戶及利害關係人建立信任關係。

實施生成式 AI 的三個關鍵成功要素

「隨著生成式 AI 技術的快速發展，Adobe 意識到行銷領域將會因為它所提供的可能性而發生演變。但是，如果僅僅是在不同團隊中以不同方式採用這項技術，是不足以取得成功的。我們需要讓我們的創意、行銷和工程團隊就 GenStudio for Performance Marketing 所能帶來的全面願景達成一致。達成這一戰略性一致後，我們取得了迅速的進展和卓越的成果。」

Patrick Brown

Adobe 增長行銷與見解副總裁

1 從高層管理者的統一認識和支援開始

生成式 AI 應用能否成功，關鍵在於能否獲得高層管理者的一致認同與全力支援。高層管理者須深刻認識到，他們的職責遠不止於資源的配置，更要成為推動文化變革的積極力量，清晰描繪出生成式 AI 將如何重塑行銷運營的未來藍圖。營造一個鼓勵創新，並對新技術的學習過程持有寬容態度的環境氛圍。

在變革管理的訊息傳達中：

- 對於高層次的目標與限制，務必要保持透明。
- 在這個轉變過程中，重申品牌完整性的重要性。
- 解決各種疑慮，挑戰傳統思維，並激勵團隊迎接這個行銷的新時代。

2 為整個組織做好迎接生成式 AI 轉型的準備

生成式 AI 的推出應分階段進行，最終實現全組織的轉型。首先，要確保有適合的崗位來支援生成式 AI 的採用和實施。這包括明確界定新崗位的職責，以及這些崗位如何與現有崗位互動。

開發並實施能適應生成式 AI 內容速度和數量的新流程。改革檢閱與核准流程，並為 AI 的使用制定明確的品牌指南。最後，將生成式 AI 工具無縫整合到現有的行銷技術堆疊和內容供應鏈工作流程中，以最小的干擾增強目前的運營。

3 從小規模開始，逐步擴展

要讓整個組織轉變為一種新的運營方式，需從小處著手。首先，要找出一位生成式 AI 的領軍人物來帶領這次轉型。然後，組建一個專注於績效行銷的團隊，這個團隊要能始終取得優異的結果。再請來文案撰寫者和設計師，將品牌形象轉化為生成式 AI 的指導原則，並檢閱與核准行銷人員建立的內容。這樣可以在一個受控的環境中迅速進行流程的迭代和改進，同時密切關注品質控制和品牌完整性。

在為該試點團隊以外的成員制定訓練計劃的同時，監控關鍵績效指標——效率提升、內容品質和團隊動態。雖然起初您可能會發現送審的內容品質有所下降，但在行銷人員訓練成為提示專家後，內容品質將會穩步提升。讓首批行銷測試團隊作為後續團隊學習這些技能的導師。這種審慎的方法能維持品質標準，促進平穩過渡，並最大限度地發揮這項轉型技術的長期影響。

成長的痛楚是變革的自然副作用。從這些痛楚中學習，培養一種鼓勵經過計算後才承擔風險的文化。展現對創新和持續改進的承諾，以推動轉型。確立這些價值觀，將會培育出一個歡迎未來變革的敏捷組織。

輪到您踏上 GenStudio for Performance Marketing 之旅了

雖然我們在使用生成式 AI 方面的經驗帶來了變革性的影響，但它並非萬能藥，無法解決所有的行銷挑戰。我們的生成式 AI 之旅仍在不斷演進，我們將繼續致力於提高其在不同通道和使用場景下的輸出一致性。我們同時也在探索各種方法，以提升該技術對細微品牌聲音和複雜產品敘事的理解能力。

我們並不聲稱擁有所有答案，但我們確信，分享我們的經驗和見解，是進行合作與共同創造的機會，能推動整個行銷產業的進步。透過探討我們的成功經驗、挑戰和目前的問題，我們希望促進整個業界的對話，從而塑造行銷的未來。因此，我們誠邀其他組織、思想領袖和從業者共同參與討論。



探索 GenStudio for Performance Marketing 如何協助您大規模建立動態的行銷活動內容，並為您的行銷團隊帶來速度和敏捷性。

立即開始

Adobe

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

資料來源

「2024 年數位趨勢」，Adobe x Econsultancy, 2024。