

Adobe

# 重塑行動端互動：

運用個人化歷程協調激發顧客熱忱，  
點燃企業成長之火

產生

資產

- Instagram
- 電子郵件
- 桌上型電腦

吸引客群

通知

暑期  
促銷  
獲取新手機

2:33

主旨行：  
獲取新手機

重寫

## 通往客戶的門戶是行動裝置

與現有客戶維繫連絡，並開拓新客戶群，這方面的需求日益增長且更加嚴苛。Gartner 的研究顯示，行銷人員平均會在九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。

解決這些分散體驗的關鍵在於客戶歷程管理：即設計、分析及最佳化客戶在其生命週期中與您品牌之間的互動。與群發訊息的行銷活動只注重轉化率不同，客戶歷程管理著重於最佳化體驗。

目標是針對個體客戶，提供更有意義、更具個人化的服務及更高的價值。行動通道無疑是一個極具吸引力的起點。在這裡，您可以著手規劃個人化的歷程，旨在迅速達成並產生顯著成效，進而實現新客戶的開發、現有客戶的留存以及客戶忠誠度的提升。與此同時，這也為在您整個行銷生態中增強客戶歷程奠定了堅實的基礎。

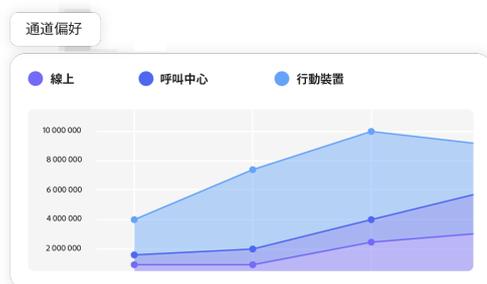
重塑行動端互動恰逢其時。

# 您的客戶已步入 行動時代，您的品 牌亦須與時俱進

優先考量行動端可讓您隨時隨地與客戶連接。智慧型手機已是消費者日常生活中不可或缺的一部分。這為品牌提供了一個能即時接觸客戶的途徑——無論是透過簡訊/多媒體簡訊、推播通知，還是應用內互動。而憑藉適當的技術，個人化的機會將無窮無盡。

例如，**Prada** 根據客戶網上瀏覽的產品，為他們提供個人化的店內購物體驗。同時，**Real Madrid C.F.** (皇家馬德里足球俱樂部) 根據應用程式使用者過去於網上觀看的內容及球隊偏好，為他們提供個人化的影片內容。

在客戶的整個生命週期中，行動端提供了數量眾多的接觸點。在當今這個商業環境裡，雖然獲取新客戶仍是眾商家的熱衷追求，但我們也須銘記，與其相比，專注於激勵現有客戶的忠誠度所需投入的資源要少得多。運用情境推動的個人化行動歷程，無疑是強化這些現有關係的上乘之策。這也將助力您比採用傳統群發行銷訊息的行銷活動更加靈活應變，並更加專注於提升客戶的忠誠度。



相較於其他通道，63% 的消費者更喜歡使用行動應用程式來存取他們喜愛的品牌的產品和服務或與之互動——易用性和便利性是他們選擇行動應用程式的首要原因。

Adobe | concentrix

## 行動端的發展比以往更迅速， 品牌正在努力跟上其步伐

所有行銷通道都在迅速進步，但行動端的發展速度無出其右。雲端原生應用開發技術與敏捷方法論的快速進化，極大地加速了品牌推出新型行動產品與服務的步伐。

在這樣的環境下，產品和工程團隊被牽扯到應用內體驗的設計中。與此同時，分析與數據工程團隊在努力整合零散分散的客戶數據庫。而行銷團隊則在竭盡全力確保品牌在各個通道上的呈現保持一致性。

隨著內部資源日趨緊張，當務之急是需要一個更加統一的應對方法。

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

**Adobe** | ● **Econsultancy**



# 與客戶建立更加 有益的關係

## 客戶歷程管理的新時代

透過專注於行動通道的啟用，各大品牌正在與其客戶建立更加細緻、更具個人化且收益更高的關係。這種關係能夠對個體客戶的行為作出反應，預測客戶的意圖，並為重新構想的客戶歷程鋪平道路。然而，要成功實現這些體驗，還需仰賴三大核心支柱的支撐。

### 1. 互連的團隊推動互連的歷程

品牌應當強化跨團隊的適應性、協同合作以及共用工作流程：不同團隊圍繞以客戶為中心的行動平台進行整合。行銷人員、設計師、產品經理、行動應用開發者、數據分析員以及增長策略規劃師等，都應融洽相處，並肩作業。

這樣便形成了一個正向的回饋循環，所有團隊都能從一個核心、共用的行動策略中獲益，並獲取適合的客戶數據來促進客戶的獲取、互動和留存。例如：行銷歷程可以激發產品內的設計靈感，而產品內的互動又可以推動行銷策略的發展。這些協同合作、跨職能的團隊能夠做出更明智的商業決策。而且，這種理念可以從行動通道延伸出去，應用於網站、電子郵件、社交媒體甚至實體店面的客戶歷程協調。



## 2.對充滿意義瞬間的無限遐想與創意構想

行動通道本身具備行動性。這為我們帶來了激動人心的機遇，即根據地理位置和當下的客戶行為來觸發個人化的歷程。試想一下，當炎炎夏日，客戶走近咖啡店時，咖啡店會向忠實客戶傳送他們最愛的冰咖啡個人化優惠訊息。又或者，主題公園會根據遊客喜歡的遊樂設施類型和即時排隊時間來為他們提供指引。有了基於地理位置的觸發和細分，我們便擁有了無限多的互動機遇。

**「在 Marriott，我們正將個人化置於我們與客戶互動的核心位置，致力於打造無縫的直覺式旅遊體驗。」**

Chris Zheng,  
Marriott International 數據啟用  
與客群策略副總裁

## 3.單一的客戶真相來源

品牌開始意識到需要深入瞭解客戶行為；需要縮小客戶行動活動與企業整體戰略目標之間的情境差距。即時獲取統一的客戶數據，可讓您從個體層面對目前的客戶行為做出反應，從而根據客戶意圖打造高度個人化的歷程。在消費者面對海量行銷通訊的情況下，您若能在關鍵時刻傳達相關訊息，無疑會增強消費者對您品牌的正面情緒。

**超過三分之二 (69%) 的消費者認為他們收到了太多來自品牌的訊息和通知。**

**Adobe | concentrix**



## TSB 透過行動通道吸引更多客戶

TSB 發現超過 30 萬名客戶未為其信用卡設定自動扣款付款，因此有可能產生逾期付款費用。於是，TSB 利用 Adobe Journey Optimizer 在其手機銀行應用中向這些客戶傳送針對性的提示，引導他們設定自動扣款付款。在第一週內，便有超過 3,000 名客戶簽署了自動扣款付款，而在此之前六個月內僅有十人簽署。當然，這並非 TSB 在 Journey Optimizer 的協助下達成的唯一成功指標。

### 11 倍

來自相關即時數據功能的增量收入高於預期。

### 300%

行動使用者的貸款銷售額增加。

### 75%

應用內貸款申請的銷售額佔總銷售額的比例，之前是 24%。

### 90%

從數據擷取到客戶數據行動的延遲減少

「銀行業務本質上是個人化的，對客戶的影響遠比其他許多產業都要深刻。個人化的數位服務體驗，正如我們與 Adobe 合作所提供的那樣，有助於我們與那些信任我們管理其資產的客戶建立更加深厚、有意義的聯繫。這並非僅僅關乎銷售業績的提升，更重要的是讓我們的客戶感受到被尊重與欣賞，並助力他們達成生命中的各個重要里程碑。」



Emma Springham  
TSB 行銷長



# 客戶歷程管理技術：

## 移動功能為品牌帶來的新機遇

全新的客戶歷程技術為行動應用帶來了令人興奮的功能，可讓品牌打造個人化的訊息和精心策劃的歷程，從而突破海量無目標投放所造成的雜訊干擾。憑藉合適的技術，品牌可以規劃出一條提升參與度、忠誠度和收入的發展道路。那麼，您應該尋找哪些功能呢？



**「多通道行銷人員在開展精心策劃的行銷活動時，會受到有限資源和複雜技術架構的限制。他們需要更好的數據管理，也需要創新來協助處理由精心策劃帶來的不斷增加的工作量，以免被維護全天候行銷活動的重擔所壓垮。」**

**Gartner.**

## 專為行動互動打造的統一系統

許多品牌已擁有龐大的技術堆疊。一個具有前瞻性的客戶歷程管理平台應該在一個介面內整合所有行動功能：簡訊/多媒體簡訊、推播通知、應用內訊息、行動網路支援，當然，還包括無縫應用程式整合。為了促進行動應用程式即時體驗，您的平台應該讓您觸發通知或建立嵌入式個人化動態內容——無論應用程式託管於何處或如何開發。而且這一切都不需要客戶執行應用程式更新。

## 以客戶情境為行銷歷程注入動力

個人化客戶歷程的基礎在於可靠的數據。尋找一個能與您的客戶數據平台實現原生整合的解決方案，該方案需能從多個來源有效收集線上及線下的數據，從而建立起一個即時數據庫，清晰展現每位客戶目前及過去在各個通道與您品牌的互動記錄。

**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。**

Gartner  
**Gartner**

**「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,  
行銷技術總監，  
可口可樂公司

## 將數據分析轉化為有意義的行動互動

若缺乏實際行動，客戶分析便毫無意義。功能最強大的客戶歷程管理平台能根據客戶的瀏覽行為、地理位置、購買歷史、應用開啟率等多項因素來觸發歷程。您還應該能夠選擇根據智慧最佳化模型來啟用自動化的下一個最佳體驗，而所有必要的客戶數據都將在毫秒之間處理完成。如此一來，客戶體驗便能自動適應當下的情境。

**60% 的客戶對那些雖然很瞭解他們但卻不考慮其喜好的品牌感到失望。**

Adobe | ●Econsultancy

## 最佳化行動歷程的表現

為提升轉化率和互動率，需要度量客戶歷程的表現。功能最強大的客戶歷程管理平台可即時追蹤所有進行中的歷程在 KPI 上的表現，如訂閱數、點擊率、應用啟動次數以及流失率等。識別歷程中表現良好的特定客群，並查看流失發生在哪個環節——細化到個體客戶層面。

## 協調無縫的行動體驗

設計高度細緻的客戶歷程可以像使用拖放介面一樣簡單。一旦客戶符合歷程選擇標準，他們就會以完全自動化的方式進入並流經該歷程。擁有細緻控制權的行銷和產品團隊可以根據即時數據對歷程進行微調——使用預先定義的觸發條件，根據客戶行為啟用個體歷程和下一個最佳體驗。這為行銷運作和業務目標帶來顛覆性的效率提升。

一個理想的平台應具備原生功能和範本，以便設計應用內訊息、推播訊息或簡訊/多媒體簡訊內容——例如，一個所見即所得的訊息設計器，以及內建的開發者工具，用以設定和驗證具有技術保障的行動通道。這樣，您就可以在一個平台上迅速創作、測試和部署符合品牌形象的內容。最後，尋找一個能與您的技術堆疊無縫整合的平台至關重要。



## 在任何通道、任何時刻進行個人化的客戶互動

僅需 [Adobe Journey Optimizer](#) 這一款應用程式，便可管理預定的跨通道行銷活動和即時的一對一客戶歷程，並提供智慧決策與分析。根據 Forrester 的研究，採用 Journey Optimizer 的品牌預計可在三年內實現協調效率提升 **20%**，且 ROI 達到 **431%**。

# AI 正在重塑客戶體驗

品牌現在可以利用先進的決策引擎和 AI 推動的個人化功能大規模改善客戶體驗。自動化內容、客群、通道或歷程路徑中的下一個最佳行動。並使用排名公式和 AI 模型來測試每種體驗，以判斷其推動實現業務戰略目標的可能性。

領先的客戶歷程管理平台還配備了原生的 AI 助理，可以用自然語言處理查詢。這樣，

您就可以詢問關於數據趨勢的問題，並瞭解哪些行動行為能帶來成效。

部分 AI 助理還會協助使用者進行系統上線，逐步引入更深層次的功能。隨著時間的推移，當使用者學會運用整套歷程管理工具時，您的團隊將會累積更多的專業知識——而不僅僅是掌握一些表面的功能。



## 皇家馬德里足球俱樂部使用個人化的客戶歷程獲得巨大成功

皇家馬德里足球俱樂部運用包括 Adobe Journey Optimizer 在內的一系列工具，來應對關鍵的客戶時刻和歷程，從而為球迷們帶來即時個人化的體驗。數位溝通通道——如瀏覽器、手機應用程式、數位錢包通知，以及 WhatsApp、iMessage 和簡訊等訊息通道——可讓他們隨時與球迷進行直接互動。這些通道也支持雙向溝通，從而增強了就像人與人之間一樣的關係。網站和應用程式的體驗在登入後會變得更加個人化，例如根據以往的觀看記錄挑選影片，以及根據細分個人檔案設定整個內容板塊。

**2.2 倍**

電子商務帶來的同  
比營收增長。

**2.5 倍**

行動應用程式帶來  
的同比營收增長。

**73%**

CPA 的減少。

**60%**

轉化率的提高。

# 行動通道個人化的瞬間， 讓您與客戶更親近

對戰略性行動互動的投資正在推動歷程管理從以行銷活動為中心向以客戶為中心加速轉變。隨著消費者對個人化體驗的要求日益提升，從行動裝置著手進行客戶歷程的協調工作，將讓您能快速測試並應用各類場景，進而證實個人化客戶歷程在行銷互動及業務拓展上所發揮的重大價值。

最重要的是，一個成功的以行動為先的策略，可為您在整體行銷策略中的所有其他通道上協調個人化客戶歷程奠定基礎——可讓您根據即時環境，定制更多客戶體驗；為每一個時刻增添更多價值。

重塑行動端互動恰逢其時。



## 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](#)

## 數據來源。

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

「[皇家馬德里如何轉變球迷關係 - S814](#)」, Adobe Summit, 2023 年。

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

「[大規模個人化服務是客戶體驗的未來](#)」, Adobe 客戶案例: Marriott International, 2024 年。

「[Prada 集團與 Adobe 攜手合作, 即時重塑實體店鋪與數位體驗](#)」, Prada 集團, 2023 年。

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

「[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。

「[TSB 與 Adobe 的合作提升數位銀行體驗, 增強數百萬人對財務管理的信心](#)」, Adobe 客戶案例: TSB。

