

使用 Adobe Commerce 解鎖數據

告別數據孤島，實現無縫數據共享，
以促進個人化

孤立的数据，割裂的體驗

各個公司都在廣泛搜集數據，數量之巨龐無比。然而，關於客戶行為、偏好及與品牌進行互動的相關數據，卻常常散落於各式各樣的業務系統之中，從 CRM 至電子商務平台等，從而形成了數據孤島。

這種缺乏對客戶統一視野的狀況，致使難以深度挖掘全面的分析，同時亦無法即時呈獻個人化的體驗。眾多品牌雖嘗試手動整合數據，但這樣的做法既耗時又低效，極易導致數據漏洞的產生，而且往往欠缺即時數據共通的條件，而這對即時個人化與目標定位決策而言是不可或缺的。

近四分之三的消費者更可能向提供個人化體驗的品牌購買商品，並且在這些品牌的消費額會高出 37%。

至少有三分之一的品牌指出，缺乏對客戶和市場的深入了解，是他們無法提供高度個人化體驗的原因所在。

數據來源：Deloitte

商務數據是關鍵數據

來自電子商務平台的數據是高意向的第一方數據，反映了每位客戶與品牌的直接互動。從擷取店面每次點按的行為數據，到顯示訂單狀態、訂單歷史記錄等的伺服器端數據，商務數據構成了客戶體驗的全貌。商務數據對於個人化網站體驗、觸發全通道行銷和廣告

歷程、進行 A/B 測試和多變項測試以及客戶分析至關重要。

商務數據必須能夠無縫共用、彙總並轉化為可執行的行動，以提供各種體驗，而這一切都不需要大量手動操作以及分批進行數據的匯出和匯入。這就是 Adobe Commerce 中的數據共用服務發揮作用的地方。



Adobe Commerce 數據共用僅需三個簡單步驟

Adobe Commerce 數據共用可讓您迅速而輕鬆地打破數據孤島，建立一個單一的真實數據來源，並讓整個組織的利害關係人都能獲取分析，從而提供即時個人化的商務體驗、行銷和廣告活動，以及體驗測試和分析。

第一步
收集和共用數據。

第二步
合併與細分。

第三步
隨地啟用。



店面
行為事件
加入購物車
檢視購物車
登入/登出
搜尋請求
檢視頁面
建立帳戶等



後台
伺服器端事件
訂單已下訂
訂單已運送
訂單已取消
訂單歷史記錄
客戶檔案

Adobe Experience Platform

Adobe Commerce

將源自 Real-Time Customer Data Platform、由 AI 驅動的客群，套用於 Adobe Commerce 中，以便即時提供個人化的內容和優惠。

行銷與廣告

這些策略包括全通道歷程，例如棄置購物車挽回、歡迎系列、漸進式行銷活動、挽回行動和地理圍欄，以及廣告抑制、追蹤和事件轉寄。

體驗測試

這些方法包括 A/B 測試或多變項測試，確定下一個最佳優惠，以及內容重新定位。

分析

客戶分析包括留存率、客戶檔案、參與度、行銷和內容，而商業分析則涵蓋行銷活動、產品、商店指標、通道和內容。

第三方系統

步驟 1: 收集和共用數據。

Adobe Commerce 能夠原生地收集和標準化常見事件，包括行為事件（如網站搜尋、瀏覽產品或將商品加入購物車）以及後台事件（如訂單狀態）。客戶還可以定義與其業務相關的自訂事件。由於這些功能已內建於 Adobe Commerce 中，因此客戶無需編寫代碼，幾小時內即可共用數據，而過去通常需要數週的時間來進行自訂標記和整合。

在收集事件後，Data Connection 擴展會直接將這些事件傳送到 Experience Edge，由 Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP) 接收，或直接與其他 Adobe Experience Cloud 應用程式共用。

步驟 2: 合併與細分。

Adobe Real-Time CDP 會將來自 Adobe Commerce 的數據，與來自各業務系統和通道的已知及匿名數據整合在一起，為每位客戶構建全面的視圖，並內建數據治理功能。該平台還利用由 Adobe Sensei 支持的 Customer AI 功能，根據這些豐富的數據，建立基於傾

向的細緻細分群體。隨著客戶檔案與細分群體在中央位置進行集中管理和啟用，數據孤島將成為過去。

步驟 3：隨地啟用。

隨著事件的擷取以及豐富的商業數據流動，這些數據可以透過多種方式啟用，從個人化商業體驗到與其他 Adobe Experience Cloud 產品共用，甚至與第三方系統（如 PIM、CRM、ERP 等）共用。

客群啟用功能可讓商家即時提供個人化的內容、相關產品規則及促銷活動，這些都是根據在 Real-Time CDP 內建立和管理的、由 AI 驅動的細分市場而量身定制的。來自 Adobe Commerce 的行為事件會驅動 Real-Time CDP 中的細分市場劃分，進而為購物者觸發不同的體驗——這一切都是即時環境中完成的。

除了 Adobe Commerce 之外，Data Connection 擴展程式還能無縫地將數據分享給其他 Experience Cloud 產品，從而支援廣告（如廣告抑制）、全通道行銷（如行銷活動、電子郵件和通知）、體驗測試（如 A/B 測試、下一個最佳優惠）以及分析（如行銷活動分析、歷程分析等）等無數使用案例。

我們的方法可節省您的時間與金錢

Adobe Commerce 讓您的技術堆疊中的數據共用和啟用變得輕而易舉。僅藉由 UI 的整合工作流程，省去了手動編碼和標記的繁瑣步驟，將原本需透過自訂整合、由三名開發人員平均耗時 20 天方能達成的成效，大幅縮減至只需一名開發人員利用數據共用功能，在一天之內即可完成。

Adobe 數據共用與眾不同

- 對店面及後台事件的原生支援
- 快速且僅需透過 UI 的整合流程，無需手動編碼
- Adobe 應用程式間標準化的數據架構
- 邊緣處理客群數據，實現即時個人化

執行後續步驟

Adobe Commerce 為您提供了一個強大的工具套件，可用於大規模建立吸引人的個人化體驗，從而提升購物者的參與度、轉換率以及營收。

[進一步瞭解](#)

[使用 Adobe Commerce 促進發展](#)

數據來源

[「個人化：這是品牌與客戶之間的價值交換」，Deloitte Digital，2024 年。](#)



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

© 2024 Adobe. All rights reserved.