



如何选择合适的数字资产管理解决方案。



精通数字生活方式的消费者对超个性化体验的期望,使得对内容创作的需求不断增加。为取得成功,企业需要面向细分客户提供个性化内容,而这一群体的数量已从几个增加至数百或数千,且还在不断增加。市场营销人员并不能够完全胜任创建数字体验的工作,因为这需要创意团队、IT、分析师和其他人员的通力协作。因此,选择合适的数字资产管理 (DAM) 解决方案进行投资至关重要。在为不断扩大的客户群体提供个性化体验所需的内容时,每个企业所具备的内容生产速度都不尽相同。同样,每个企业对 DAM 解决方案中所需的相关要求和功能的熟悉度也有所不同。

无论您处于 DAM 旅程中的哪个阶段,投资一项新的解决方案都会是一个关键决策,这将对您的内容创建、优化、交付和管理工作产生重大的短期和长期影响。为企业做出最佳决策的过程耗时耗力,可能需要您为此进行大量调研和评估。为了帮助您做出正确的决策,本指南涵盖了您要提出的一些最重要的问题以及需要仔细进行研究的事项。本指南还提供了在该过程中浏览信息和定向营销的技巧,帮助您对所评估的解决方案做出明智、客观的评估。

1. 资产完整性和有效性。

随着个性化内容在整个企业中呈指数级增长,维护资产完整性变得比以往任何时候都更具挑战性。企业中的每个人都需要使用最新、已获审批的资产版本。满足这一需求的关键是选择合适的 DAM 进行投资,以提供对资

产的集中管控和可见性,从而获得单一的真实信息源。如果 DAM 能够提供单一的真实信息源,便可防止出现资产不一致以及未经授权的变更在整个公司中传播。

虽然许多(并非所有) DAM 提供商表示其解决方案可提供单一的真实信息源,但大多数都达不到这一要求,因为他们无法对组织内所有需要触及、使用内容并与之交互的群体提供支持。为了支持所有这些群体,您需要一个能够为资产生命周期的每个阶段注入效率的 DAM。它需要为每个承担资产责任的团队自动化 workflow 和繁琐的任务,以证明广泛使用 DAM 作为公司最佳的真实信息源是正确的选择。

很多解决方案只关注资产存储和管理领域的效率提升。例如,如果 DAM 不能无缝地将所需资产注入创意团队

使用的工具中,那么创意人员将重拾他们使用的旧方法(无论是在本地驱动器上存储资产还是使用自己的云存储帐户)。同样,为了保证始终如一地提供单一的真实信息源,DAM 也需要在其自身环境中实现个性化。如果您必须将主文件发送到外部内容交付网络(CDN)或其他解决方案来进行个性化和优化,那么您就无法对这些内容进行集中式控制,因为这些解决方案会在 DAM 保护之外创建每个资产的多个版本。

最后,您需要选择功能齐备的 DAM,并确保触及资产的每个团队以及资产生命周期的每个阶段的完整性。这样,您就能够在所有客户群、地理区域和设备实施一致的体验和品牌。

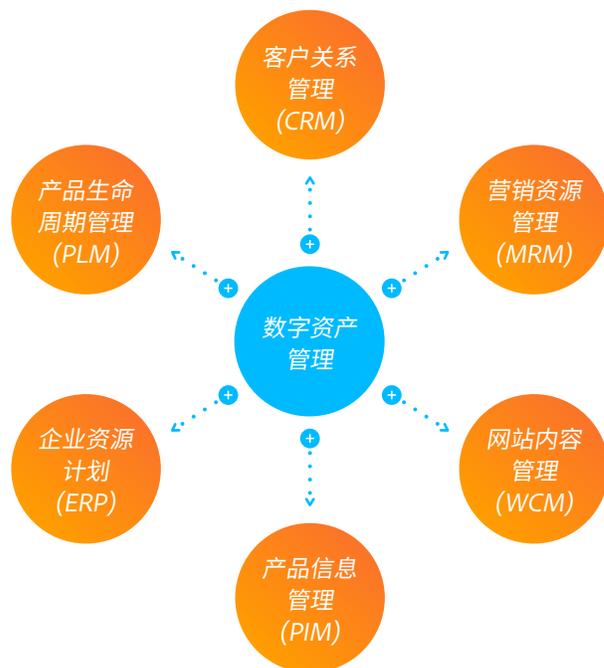
提问:

该解决方案是否消除了在整个公司内部与资产相关的工作流程效率低下的问题?某些个人和团队是否会重拾以前的资产存储方法以保持或获得所需的效率?

潜在问题:

如果 DAM 需要与多个不同的外部解决方案集成以适应整个资产生命周期,则不仅会增加 IT 团队的负担,还会破坏资产的完整性,同时增加了可能会阻碍市场营销工作的故障点数。

DAM 应足够灵活,以与各种系统集成。



2. 体验交付。

为了在时机成熟时提供相关体验,DAM 必须具备自动优化和交付动态富媒体的能力。为了实现这一点,DAM 需要的第一个特性是一种内置功能,即使用一个主图像文件,然后跨所有屏幕大小和设备自动调整该图像大小和重用该图像。这使营销人员能更加专注于最大限度地扩大细分市场产品的影响力。但更重要的是,如果不能自动进行优化和个性化,则很难实现所需的内容生产速度。例如,如果某个相关营销时机只持续两天,但您却需要两周的时间来创建、优化和个性化该体验所需的所有内容变更,那么您就无法把握住这次机会。

从基础的层面来说,若要自动进行优化和个性化,DAM 需具备集成的 CDN 功能。这使主文件和图像的变更范围保持在 DAM 内,所以可以继续对其进行集中式管理、维护、性能跟踪和优化。但只具备基本的 CDN 功能还不够。最佳 DAM 解决方案能够自动化下一代交互功能,

将客户体验提升到更高的水平。例如,360 度交互可让访客旋转所展示的产品,从不同的视角和角度观察该产品。热点标签可让访客点击图像某些部分来放大图像或查看促销产品的详细信息,实现与图像的交互。

某些最强大和最省时的交互功能需要借助专业的人工智能 (AI) - 智能裁剪便是如此。AI 驱动的智能裁剪可以在调整图像大小时自动检测到正确的焦点,在此过程中无需手动执行此操作。相比之下,由于手动裁剪非常耗时,一些公司不得不招聘全职员工来专门从事手动裁剪图像的工作。手动裁剪图像需要占用大量人力资源,公司可能需要耗费数月的时间来为新产品发布等活动做准备。但借助 AI 驱动的智能裁剪,这些任务在几分钟内即可完成。

正确的 AI 还可以在 DAM 中提供智能采样功能。因此,对于销售的每个产品 SKU,您无需再为其创建和存储每种可能的颜色、纹理和结构变化的图像,因为 DAM 可动态生成这些变化,轻松为访客打造更具吸引力的购物体验,同时为创意团队节省大量时间,使其能够专注于更具战略性的事务。

提问:

内容交付是 DAM 的原生功能,还是需要
在其他解决方案上添加?

DAM 中的体验交付功能能否检测到设备上的低带宽情况,使其能够在不丢失图像质量的情况下自动减小图像文件大小,从而确保快速加载和出色的外观体验?

潜在问题:

虽然某些 DAM 提供商宣传其解决方案中的 AI 功能强大,但并未提及它在增强、优化或自动化创意或营销工作方面(如智能裁剪或智能采样)用处不大。

3.丰富的视频互动。

视频在数字体验方面变得越来越重要。但与图像资产相比,视频资产的管理和交付要复杂得多。因此,我们寻找的 DAM 解决方案应能推动动态媒体创作从以渠道为中心向以受众为中心转型。在以渠道为中心的模型下,大规模的个性化并不适用于视频,因为针对设备和受众进行的创作非常耗时。但是,由于 DAM 可创作能够同时在不同渠道和设备上使用的视频体验,因此在为不同的受众群体提供个性化和优化的动态视频体验时,可提升敏捷性和速度。

如果说 AI 驱动的智能裁剪对处理图像很重要,那么它对视频优化的贡献则更大。对于视频,您不能假设焦点会一直停留在画面的中心。无论是滑雪运动员、嘻哈舞者,还是玩耍的孩童,只要有动作或移动,焦点就可能从左到右、从上到下、或从一个角到另一个角动态移动。因此,任何视频优化都需要借助足够智能的 DAM 解决方案,以动态跟踪焦点在每一帧上的移动情况,从而实现自动裁剪。如果您必须手动优化视频才能得到想要的效果,那么您的体验交付将减慢至数周或数月,进而影响内容产出速度和相关性。

DAM 中另一个值得关注的动态媒体功能是轻松为视频添加交互性。借助这一功能,客户可以点击购物视频中的某个位置暂停视频播放,然后便会弹出产品规格表或显示购买详细信息。从视频交互的另一方面来看,DAM 可自动化和推动跨各种设备类型的 360 度视频管理,从而为提供虚拟和增强现实体验创造机会。

提问：

DAM 如何自动执行视频优化和个性化工作，以便为客户提供相关的沉浸式视频体验，同时让创意人员更专注于创意工作本身？

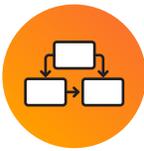
4. 特定于营销领域的 AI。

虽然某些 DAM 解决方案配备了非常强大的 AI 引擎，但它们往往浪费在通用功能上，而这些功能对特定于营销领域的活动用处不大。在评估 DAM 的 AI 时，需要确定它是否能够解决特定于您的营销需求的实际用例，这一点很重要。我们已就此展开过一些讨论，例如针对图像和视频的智能裁剪和 360 度交互。但是，还有一些其他值得注意的功能，这些功能也会对您的营销工作产生重大的积极影响。

在处理动态媒体时，选择正确的 DAM 解决方案，以消除向视频添加急需的元数据的复杂性，这一点很重要。尝试标记一个 30 秒的视频的工作量相当于标记成百上千个连续的图像。对于借助 AI 驱动的智能标记自动化该过程的解决方案，除了自动化其他动态优化需求外，您还可以训练 AI 以使其了解产品线的特别之处，从而为您节省大量时间，并帮助您最大限度地提升创意团队和营销团队的生产效率。

另一个需要关注的强大的 AI 功能是智能翻译，它消除了将元数据模式手动转换为多种语言的高成本问题和时间要求。借助智能翻译，DAM 的 AI 可以检测出所输入术语的语言，并自动将其翻译为元数据模式的母语。例如，输入意大利语单词“cavallo”后，该功能可自动搜索标记为对应英语单词“horse”的资产。

新世界的要求。



创意与营销
工作流程



与创意工具
建立原生连接



企业资产
管理



经证实的规模
化和治理



动态媒体转型
与交付



更快投放市场



内容智能化、
自动化和可扩展性



AI 自动化
与 IT 灵活性

潜在问题：

元数据标记的质量和能力在不同的 DAM 提供商之间差异很大。有些 DAM 只提供手动标记。还有一些 DAM 虽然可为图像提供智能标记，但不能为视频提供智能标记。只有极少数 DAM 能够提供针对图像的“自定义”标记，这使您能够训练 AI 使用特定于您的产品线和营销需求的自定义标签

提问：

您能否训练 DAM 的 AI 来学习您的业务细节并解决特殊用例，还是该 AI 只限于一般性功能？

5.对资产绩效的洞察。

尽管公司可以从各种分析解决方案中获得有关其资产绩效的可靠洞察，但这些洞察对营销人员来说可能用处有限，因为他们需要评估应该使用 DAM 中的哪些资产。首先，营销人员通常无法直接访问其资产的绩效数据。通常，他们必须向分析团队发送电子邮件请求使用相关数据，然后等待回复。这就要求分析人员停止其手上的工作，然后花时间将绩效数据转换成营销人员能够理解并付诸行动的形式。如果分析人员碰巧不在办公室，或因为太忙而无法响应这个请求，那么营销人员可能要等待数天或数周。

对于营销人员来说，与其花费时间等待他们所需的数据以做出明智、数据驱动的决策，他们最后往往会直接凭借自己的直觉来决定使用哪些资产。当它们要提供相关体验的时间很紧迫时，情况尤其如此。组织只需授予营销人员登录分析解决方案的权限，这一问题便可迎刃而解。但是，即使您的营销人员精通数字技术，他们毕竟不是数据科学家，在分析界面上发现他们需要的洞察往往也不是那么简单明了。即便如此，迫使营销人员离开熟悉的 DAM，然后将情境转换到外部分析平台依然会破坏效率和生产力。

更好的选择是投资可直接在 DAM 界面内展示资产绩效信息的 DAM。如果 DAM 能够与您的分析平台集成并能获取最新的绩效数据，那么将是一个很好的开端。但是，

若要使这些数据真正为营销人员所用，DAM 最好能将其汇总为易于理解的洞察。这样一来，营销人员便可快速做出数据驱动的决策，确定要使用哪些资产，整个过程都无需离开已经熟悉的 DAM 环境。它也有助于营销人员提高资产的再利用率，使公司能够更好地利用高绩效资产。它也可以改变创意者的工作方式，因为他们可以轻松获得便于理解且极具价值的绩效洞察，进而指导未来的资产创作。

提问：

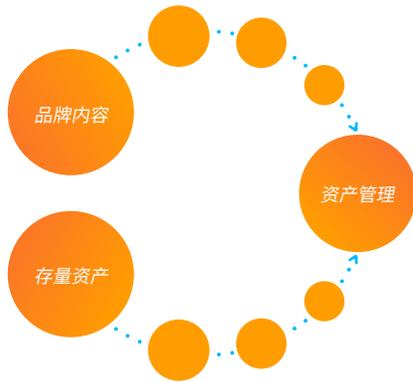
DAM 如何帮助营销人员轻松查看哪些资产表现优于其他资产，以便他们优化资产投资回报率？

6.与创意工具建立连接。

就像营销人员在获取资产绩效洞察时最好不要离开 DAM 一样，创意人员在访问要使用的资产时最好也不要离开所选的创意工具。如果 DAM 能够提供与这些创意工具的无缝连接，那么创意人员就无需再登录到 DAM、下载资产、切换回创意工具以进行必要更改，然后在 DAM 中上载修改后的资产。

为了确保实现真正的无缝连接，需要关注几个重要的属性。首先，创意人员能否从所选工具内搜索 DAM 中成品资产？他们能否搜索尚未储存在 DAM 中的在建资产？当他们找到所需资产时，DAM 是否提供了一个签出机制来锁定资产，以免其他人员对其执行操作继而引发版本控制问题？创意人员能否使用与访问创意工具相同的凭据来访问 DAM？当 DAM 或创意工具更新时，是否会中断任何连接，或创意人员是否必须等待更新完成后才能恢复对 DAM 的直接访问？

DAM 在实现流畅的体验生态系统方面所起的作用非常关键。



寻找和创作最好的内容



特定于内容/渠道的创作和管理

潜在问题：

尽管某些 DAM 可与所选的创意工具集成,但它们缺乏原生连接的无缝特性。

这会减少创意解决方案的采用,进而对 DAM 成为单一的真实信息源的能力产生负面影响。

公认的 DAM 领导者。

作为 2019 Forrester Wave 数字资产管理领域的领导者, Adobe Experience Manager Assets 是市场上唯一能够为资产生命周期的各个方面(包括创建、优化、交付和管理)注入效率的 DAM。随着 Adobe Sensei 的加入,它还提供了特定于市场营销的人工智能和资产工作流程自动化,以最大限度地提升内容产出速度。作为唯一与 Adobe Creative Cloud 建立原生连接的 DAM 提供商,它通过在创意人员所选的工具中显示资产来简化创意工作流程。

要深入了解 Adobe Experience Manager Assets 可以为您的业务做些什么,请访问 <https://www.adobe.com/marketing/experience-manager-assets/digital-asset-management.html>.