



白皮書

# 業務持續性

轉向新的需求點，  
為未來做好準備



# 執行摘要

目前充滿變化和不確定性的環境不僅改變消費者的生活方式，也改變企業的商業模式，而公營和私營企業和機構更需要以顧客為中心，提供更好的客戶體驗。

Adobe 致力於為我們的客戶持續提供良好的業務，並在目前這一瞬息萬變、充滿挑戰性的時期保持敏捷性。保持業務持續性不可能一蹴而就，它需要不斷適應目前的環境，並不斷推陳出新。這可能需要企業迅速做出轉變，以建立您的信任地位，並繼續獲得客戶信心。數位化發展必將成為每家企業最為強大的資產之一，它也是企業果斷有效地應對目前和未來挑戰的有力武器。

為了闡明我們對業務持續性的觀點，我們確立了六個關鍵要素，以說明您應對數位體驗戰略中所需的潛在變化，使您的企業能夠管理目前和未來的客戶體驗。

# 目錄

|                      |    |
|----------------------|----|
| 瞭解您的客戶以及他們目下期望的互動方式。 | 05 |
| 加強溝通以支援有意義的關係        | 06 |
| 培養強大的社區和互聯性          | 07 |
| 轉變實體企業戰略以更好地為客戶服務    | 09 |
| 鼓勵使用數位自助服務           | 10 |
| 迎接新的工作方式             | 11 |

## 瞭解您的客戶以及他們目下期望的互動方式。

許多企業和機構與客戶進行數位互動的機會將會增加，而這個充滿挑戰的時期可能會為您的網站帶來新的訪客——這些人以前可能以完全不同的方式與您的公司有過互動。

瞭解客戶需求、確定他們訪問的原因和傳遞正確的資訊比以往更加重要。目前的情況打亂了人們以往的生活習慣，讓人們產生一種緊迫感，這從根本上改變了客戶與您互動的原因。現在，幾乎每一次的移動和網站互動都代表著有特定和緊迫需求的個體。為了快速回應，您需要能夠敏銳地感知客戶的需求。而把握客戶需求涉及各行各業。這種需求可能是某人在查看是否能在附近的自動取款機上提取現金。也可能是某人在尋找生活必需品作為儲備。還有可能是某位顧客第一次嘗試透過您的行動應用來訂餐。瞭解客戶所處的情境對提供有效的服務至關重要。

企業獲得成功的關鍵在於甄別出特定客戶群體和客戶細分市場，透過數位管道瞭解他們的行為，發現他們感興趣的具體領域，或瞭解他們在尋找想要購買的產品或服務時遇到的困難。掌握客戶的這些資訊可幫助您為他們提供更為個人化的內容，並為您的客戶和業務帶來更正向的成果。

### 行業範例：



#### 零售

為關鍵族群制定優先分眾計畫。例如，您可以專注於醫護人員和老年人，在特殊時段投放廣告，並在無法為其提供首選商品時推薦其他替代性商品。



#### 金融服務

該行業的客戶具有更高的緊迫感，所以需要確保為這一群體展示正確的內容，以滿足他們的需求；引入新的數位服務，在充滿挑戰的時期為其助力。



### 媒體與娛樂

由於人們居家隔離，他們會閱讀更多內容，支援透過第一方、第二方和合作廠商所提供的資料進行個人化推薦，以吸引更多受眾閱讀常青內容。



### 旅遊與酒店

在旅行限制結束後，利用歷史資料和新獲取的資料，為旅行需求更大的旅行者提供洞察。



### 醫療保健

根據地理位置識別客戶，並根據年齡、身體狀況和優先順序將他們引導到相應的當地檢測機構。

## 加強溝通以支援有意義的關係

最新《[愛德曼信任度調查報告](#)》(Edelman Trust Barometer) 結果顯示，雇主被認為是最值得信任的可靠資訊來源，緊隨其後的是醫療機構，遠超過政府和媒體。

您可以運用這一信任地位為每個人提供支援。為您的客戶和員工提供清晰、簡潔、及時和有針對性的溝通，內容涵蓋他們感興趣的話題——當地和區域性最新消息、政策和程式的變更，以及支援他們應對周圍挑戰的特殊優惠和活動。

保持與客戶的透明度和相關性，對日後豐富合作夥伴關係和維繫品牌忠誠度有很大幫助。如實告知客戶您當前面臨的挑戰，結合他們的情況，透過個人化的溝通加強您為他們提供服務的承諾。

如果您能積極主動地向客戶提供支援，您就可以幫助他們應對眼前的挑戰，從而建立長期的忠誠度。利用客戶資料，提供與他們的特定需求和環境相關的個人化資訊。在這個需要伸出援手的時期，增加您在所有管道的溝通頻率和速度，以提供支援和幫助。

## 行業範例：



### 零售

重新定位瀏覽或搜尋過缺貨商品的訪客，向他們提供何時到貨的資訊。



### 金融服務

向客戶提供您的分支機構的位置和營業時間，甚至包括自動取款機重新放入現金的時間，以緩解他們對資金使用的擔憂。



### 旅遊與酒店

為忠誠度較高的旅行者規劃個人化資訊，以鞏固忠誠度，並在旅遊恢復時為忠誠度較高的旅行者提供力度更大的促銷或福利。



### 媒體與娛樂

規劃預測性內容和/或要明確避免的內容，或優先展示各網站的新聞和整合傳遞正能量的內容。



### 電信

為使用網路和資料的最終使用者提供基於使用量和分段的折扣，以提升品牌親和力。

## 培養強大的社區和互聯性

我們現在都需要強烈的社區歸屬感。思考可以實施哪些新辦法來支持您的當地社區，以及如何為那些可能感到孤立無助的個人客戶提供說明。

讓您的員工能夠透過社交管道分享精心定制的內容並與客戶互動，即使他們不能線下見面，也同樣能夠感受到彼此之間的聯繫。將員工、銷售助理和客戶轉化為線上的影響者，讓他們可以一同分享內容、經驗和最佳做法，以保持客戶互動，讓他們感受到自己就是您的品牌社區的一員——即使他們不能線上下光顧。擴大您的社交媒體曝光率，考慮使用影片、在線活動和遊戲或競賽來保持客戶的品牌黏性和彼此之間的聯繫。當生活恢復正常後，實踐您做出的承諾和制定的準則。

## 行業範例：



### 零售

LVMH (酩悅·軒尼詩－路易·威登集團) 已將其在法國的香水和化妝品生產線改造為生產洗手液。Neiman Marcus 和 Joann Fabrics 正聯手為駐達拉斯的醫護人員縫製防護型口罩。



### 金融服務

銀行、信用社、代理商和顧問與當地社區有密切的聯繫——考慮建立在線管道和提供社區外展服務。



### 媒體與娛樂

服務提供者可以透過實施以下辦法來支持用戶社區：取消資料使用上限、免收滯納金以及推遲因無法支付近期帳單而要終止服務的時間。透過在線的“觀看活動”直播功能為社區建設助力。



### 醫療保健

醫院和診所透過建立虛擬社群與社區建立聯繫，同時調配物理資源以處理關鍵需求。



### 旅遊與酒店

航空公司提供機票優惠，幫助滯留的大學生和旅客有機會回家。



### 餐飲

合作廠商外賣配送公司降低傭金，以便為社區餐廳提供更多返利。星巴克為現場應急人員、醫院、緊急醫療技術人員和其他一線員工提供免費咖啡。

## 轉變實體企業戰略以更好地為客戶服務

生活必需品商店繼續運用“線上購買，線下取貨”的優勢，讓顧客安全購物。零售商可以參照餐廳的應對模式（雖然不允許就坐用餐，但仍提供打包和外賣配送服務），設置關鍵地點作為提貨和配送中心，尤其是針對高風險消費人群。積極告知店鋪關閉和營業時間，以及在其他地點可提供的服務類型，免去顧客不必要的出行。同時考慮為老年人提供特殊的營業時間，以確保安全的社交距離。

### 行業範例：



#### 零售

必需品零售商建立網頁來積極宣傳保持社交距離的非接觸式服務，如網上購物、路邊提貨。與此同時，其他零售商正在利用“數位展廳”在網上提供情景式體驗，以減少客戶進入實體店購物的需求。



#### 金融服務

將更多的交互轉至網站和行動端，以減少電話量，並清楚地傳達分支機構臨時性關閉的通知。



#### 醫療保健

從“高接觸低流量”的護理模式轉為“低接觸高流量”的護理模式，以緩解醫療機構的接診壓力。



#### 高科技

對沒有供應鏈中斷風險的商品進行廣告和網站優化。



#### 媒體與娛樂

使用客戶資料開發與粉絲互動的新方法；儘管無法組織現場遊戲或活動，仍可利用過去的內容快速建立有針對性和吸引力的體驗。



## 鼓勵使用數位自助服務

數位化轉型對各行各業都是一項重要的方式，它在目前形勢下所發揮的作用尤為關鍵。據《富比士》報導，如果企業能夠利用技術快速做出回應、改變其商業模式、向客戶傳遞資訊，那麼在當下和未來，這些企業會大幅領先於競爭對手。

並非所有人都能夠遊刃有餘地應對數字世界。事實上，對於許多公司來說，非數位化使用者代表著了其占客戶群體的很大一部分。然而在目前形勢下，這些客戶不得不依賴呼叫中心搜尋資訊，導致呼叫中心不堪重負，因此，我們現在需要透過提供教育內容、教程和指南（全部以數位形式提供），說明越來越多的非數位使用者和數位使用者使用數位化解決方案，這樣就可以讓呼叫中心人員集中精力處理關鍵事務。公司也可以將表單和管理任務數位化，以避免線下面對面的接觸。轉為優先考慮數位化的互動和交付模式不僅可以改善客戶體驗，還可以提高效率和降低成本。

向客戶清晰地傳達企業的行為準則，保證客戶個人資訊的安全性。現在，圍繞品牌互動和線上服務提升客戶體驗的辦法，會在未來帶來巨大的回報。

### 行業範例：



#### 零售

提高為高危人群提供配送服務的意識，例如，為老年人群配送處方藥。



#### 金融服務

增加數位化應用範圍（網站和行動端），以減輕呼叫中心的壓力和避免前往分支機構。開發操作影片，協助客戶進行數位銀行交易。



#### 媒體與娛樂

透過使用數位自助服務功能、利用互動式語音回應、線上平臺和人工智慧聊天機器人來分擔呼叫中心的工作量，以提升客戶服務。



### 醫療保健

將登記流程、憑據收集、評估表單等書面形式轉換為數位形式和簽名，以提高資源利用率和降低成本。



### 旅遊與酒店

簡化受影響客戶的取消行程和改簽的流程，降低呼叫中心的成本。加強數位自助服務，如基於呼叫中心分析洞察的常見問題解答。

## 迎接新的工作方式

分散或在線辦公需要使用新的合作方式和流程，以維護甚至提升效率。這包括為員工提供與客戶所使用的技術、公開資料以使員工對客戶和業績進行同步理解、加強工作流程以促進對活動的有效審查和批准、以及利用人工智慧自動實現個人化和客戶互動活動的規模化。

如果保持社交距離和關閉地點的辦法在未來一段時間內繼續執行，接洽客戶的員工可能更需要依靠數位化解決方案及為客戶提供服務，這既可以加快互動，又可以實現在任何地點工作。如果您已擁有以上這些工具，請提供培訓以建立員工的信心及其客戶關係。在調整階段以虛擬數位化方式培訓員工和提供支援，並打通線上和線下管道，透過密集溝通來確保新策略的傳達。使用高度接觸管道主動管理高價值客戶和低接觸數位客戶的“邊緣案例”。

此外，確保您的資訊反映了目前的情況。這包括瞭解對不同地區的客戶造成的影響。利用您的資料和人工智慧來檢測客戶異常行為，並結合您瞭解到的資訊進行查看。最後，為組織更多人員提供資訊，以便他們能夠儘快做出回應。

## 行業範例：



### 零售

利用居家工作的員工解決更多的交流請求，例如家裝問題。



### 金融服務

使用影片和虛擬辦事廳、直接溝通和文件，為那些對自己的資金有非常具體問題的消費者提供支援，這些問題可能會讓呼叫中心的工作人員不知所措，而且對於聊天機器人或互動式語音回應來說過於具體。



### 媒體與娛樂

協助內容製作者制定標準和做法，幫助保持製作/編輯、數位體驗和市場行銷資料的持續性。



### 醫療保健

培訓員工滿足客戶需求，透過呼叫中心、檢測和登記連接線下和線上合作。



### 高科技

為遠端工作人員的入職、技術訂購和故障排除提供單一資訊源和直覺的自助服務支援。

當世界對目前時事作出回應時，每家企業（無論是公共企業還是私營企業）都面臨著坦誠和積極地與客戶溝通、互動和引導客戶的壓力。由於需要重新調整方向和維持正常營運，這些挑戰變得更加艱鉅。在 Adobe，我們很清楚這一點，因為我們與客戶和合作夥伴群體共同面對這些挑戰。我們共同面對這一切，幸運的是，我們可以利用我們的工具和專業知識幫助您守護您的企業，從而保持敏捷性、靈活性和適應性。我們建議您和 Adobe 一起來建立您的客戶體驗管理 (CXM) 行動指南，以幫助應對目前的挑戰，並為未來獲得成功規劃路線圖。

Adobe CXM 行動指南涉及了數位化轉型的 6 個領域，它們對 CXM 獲得成功至關重要。

查看行動指南：[experienceleague.adobe.com/playbook](https://experienceleague.adobe.com/playbook)