

媒体联系人

Summer Shi
史园
Adobe
(86) 10 58657703
sshi@adobe.com

Kelly Li
李思静
MSL
(86) 15201122672
Kellysj.Li@mslgroup.com

Adobe发布助力企业迈向数字化成功的个性化六步指南 《IT引领个性化六步指南》让数字化企业无惧规模压力，轻松个性定制

中国，北京 — 2020年5月20日 — Adobe于近日发布个性化六步指南，助力IT团队领导者迈向数字化成功。疫情的影响让更多的企业意识到快速的规模化数字化转型的重要性，但对于很多企业来说，大规模数字化转型无论是技术的复杂性还是业务的兼容性都是不小的挑战。据市场调研机构IDC的数据显示，56%的IT领导者认为在其企业内部，IT或对数字化转型没有助益，甚至是一种阻碍。因而，采取一些规模较小但效果出众的措施不失为一个明智的选择——个性化便是其中一个，它不仅有助于完成CEO制订的增长目标，还可以让公司在竞争中保持领先。据麦肯锡的数据显示，那些通过个性化加速转型的领先企业，公司营收和客户留存率提高了10%-30%。

对此，Adobe Target高级产品经理John Tehero表示：“实施个性化项目就是向IT团队发出互动和推动策略执行的邀请函。在此过程中，他们能摸索出如何与市场营销团队配合实施个性化，在IT部门主张的严格性、安全性和性能局限之间把握平衡。”

谈及具体操作，Adobe发布的个性化六步指南包括：

1. 将需求分类

个性化意味着不同的团队需要完成不同的工作，因此，预先了解个性化措施的具体需求十分重要。在了解需求后，IT领导者带领团队讨论项目的范围和行动计划，包括客户满意度、营收或留存率等关键绩效指标，明确应该个性化的元素和市场营销人员所期望地实现个性化的方式。

此外，了解新技术措施将如何影响性能和安全性也是必要的。只有跳出页面加载性能这一单一标准的局限，才能推动业务发展。

2. 设计数据层

获取并运用不同渠道的正确数据以满足业务需求是实现个性化过程中不变的挑战。数据层可以集中存放企业所有的数据，实现不同系统间的数据传输。借助Adobe Target分析工具，企业还可以利用数据制定科学决策，定义不同的信息应该在什么时间出现在什么位置。

3. 连接内容层

想要跨客户旅程中的多个数字触点提供体验，高效灵活地管理内容同样十分重要。企业想可以借助元标记创建可重复使用的内容段落以及方便市场营销人员查找的布局，并且快速调整任何界面、屏幕、客户或体验。

4. 开放集成

依靠服务器端的API，企业能够借助内容管理系统为客户提供顺畅的个性化体验。当企业在内部集成各个系统，形成开放式生态系统时，便可成功大规模地实施个性化。服务器端交付可以更容易地将有的放矢的体验交付给互联网电视或实体店内的数字屏幕等物联网设备，还可以实时、批量、甚至在“预先载入”模式下进行，满足企业想要在单个请求中预先收集所有可能的交互点的需求，从而帮助改善性能和用户体验。

5. 自动化与人工智能技术

在面临大规模提供个性化体验时，AI和自动化技术可以帮助企业以数据为基础快速分析用户偏好和行为，并为客户提供有针对性的内容、产品、服务和建议，从而改善用户体验。Adobe Sensei提供了强大的人工智能功能，助力企业为更高价值的客户提供个性化体验，并提高转化率和营收。

6. 企业内部协同一致

卓有成效的个性化意味着组建个性化团队，让企业内部的每个人都成为同盟。因此，IT团队领导者应与企业内部其他职能人员密切合作，在企业内部实施全面个性化，以及通过符合数据安全和企业规定的方式完成个性化。

点击[此处](#)，了解更多IT引领个性化指南。

关于Adobe

Adobe正通过数字体验改变世界。了解更多信息，请访问<http://www.adobe.com/cn>。关注Adobe官方微信信号“AdobeChina”，以及中国官方微博http://www.weibo.com/adobechina?is_all=1，获取更多新闻、更新、促销等信息，并与Adobe中国本地团队进行互动。

###