

媒體聯絡人

史園 (Summer)
Adobe 大中華區公關經理
Tel: +86 13810050591
sshi@adobe.com

黃琬庭 (Jessica)
天擎公關
Tel: (02) 2775-2840 Ext: 326
adobe@grandpr.com.tw

即時發布

四個 2017 年的數位行銷趨勢

由 Adobe 亞太區市場行銷副總裁 Marta DeBellis 撰寫

台灣，台北 — 2017年2月9日 — 一元復始，正是讓市場行銷人員及早了解和把握新興市場趨勢和創新科技的最佳時機。以下四個是我們相信將於新的一年受到市場關注之趨勢：

1. 市場行銷人員將日漸採用機器學習及數據科學

機器學習及數據科學為市場行銷人員提供有效提高生產力的機會，讓他們能夠將時間專注於整體的策略部署，省去花在日常數據分析和數據管理的時間。

Adobe 最近發表了 [Adobe Sensei](#)。建立於 Adobe Cloud Platform 內的 Adobe Sensei 是一個結合人工智能 (AI)、機器學習和深度學習的新框架暨智能服務，能大幅改善設計和數位體驗的傳遞。

2. 影片將成為主導

影片在過去幾年間已被視作為「下一件大事」，但我並不認為市場行銷人員已充分掌握如何在行銷活動中靈活地運用影片。我深信了解顧客如何使用影片內容，以及學習如何運用影片廣告將會在 2017 年為市場行銷人員帶來關鍵的機遇。

[Adobe 宣布收購 TubeMogul](#) 的決定顯示我們重視影片於市場行銷活動中的使用。TubeMogul 將創建首個跨越傳統電視和數位格式的端到端及獨立的廣告和數據管理解決方案，為全球一眾大型品牌簡化了這個一直被視為複雜和分散的過程。

3. 內容速度將變得至關重要

我相信高速和大規模地製作出個人化及互動性的內容的能力，是 2017 年市場行銷人員最應注重的地方，而這種能力被稱為內容速度。為了做到這點，市場行銷人員需要帶入顧客的角色，並充分體會其品牌所提供的體驗。顧客是從多個接觸點與品牌進行互動的，因此，行銷人員需要留意這些體驗是怎樣影響整個顧客消費過程的。

4. 顧客體驗是數位轉型的最大推動力

推動數位轉型的最大推動力就是建立競爭優勢，而其中的核心就是顧客體驗。顧客體驗是競爭成敗的全新指標，它可區分出通過數位轉型來推動自身品牌與停滯於舊商業模式的品牌。現今的數位化版圖已充滿着使用多裝置以進行互動的用戶，而這些裝置包括手機、穿戴式裝置、平板電腦甚至汽車儀表台等，而當新產品或新創意上市時，人們會希望使用它，顧客日漸增加的期望值使品牌必須以顧客體驗為業務的核心。

關於 Adobe Systems Incorporated

Adobe 致力通過數位體驗改變世界。欲查詢更多詳情，請瀏覽本公司網站：www.adobe.com/tw

Adobe台灣臉書粉絲專頁

請加入[Adobe Taiwan Facebook](#)與Adobe團隊與粉絲互動, 並獲得更多最新消息。

###