



新聞聯絡人

史園 (Summer)

Adobe大中華區公關經理

Tel: +86 13810050591

sshi@adobe.com

高仲廷 (Tim) / 畢碩仁 (Steven)

天擎公關

Tel: (02) 2775-2840 Ext: 362/359

adobe@grandpr.com.tw

消息稿

Adobe 獨家調查：金融服務業領先運用創新科技，大幅優化客戶體驗！

超過三分之一金融服務業者，運用人工智慧及聊天機器人，加強體驗式行銷力。

台灣 — 2019 年 8 月 27 日 — Adobe 研究顯示金融服務業在運用人工智慧和聊天機械人，於客戶服務項目領先其他產業。根據《2019 年數位趨勢報告》顯示，34% 金融服務業品牌已採用人工智慧及聊天機器人，推動行銷活動及優化消費者體驗，較其他產業（22%）明顯高出許多；而金融服務業中也有 37% 的公司，計劃於 2020 年加強投資相關科技。

金融服務業在價格競爭層面非常受限，讓客戶體驗成為突破重圍的主要途徑。事實上，近半受訪者（49%）表示，客戶服務、產品創新及強化品質，為金融服務業者脫穎而出的決勝點。

花旗銀行亞洲、歐洲、中東及非洲數位體驗總監（Director of Digital Engagement for Asia and EMEA at Citibank）James Keady 描述金融服務產業，如何利用人工智慧強化客戶體驗時表示：「由銀行提供數位技術為導向的消費者對話科技，可提升客戶與銀行互動的體驗，傳遞更有效率、即時使用的解決方案。客戶與銀行間的溝通，依賴電話等傳統方式進行依然處處受限，我們正持續解析與客戶互動中所產生的訊息，以不受時間及場域限制的優勢，打造更佳的使用者體驗，以面對全球化和流動化的客戶需求。這目標仍需長時間發展，但人工智慧及對應技術，將在未來為客戶扮演鍵角色。」

雖然金融服務業在客戶體驗旅程，和聚焦以個人化的資料主導市場行銷的領域中，領先其他產業，但金融服務業中卻有 48% 受訪者認為自己所處的公司中，客戶體驗的應用未臻成熟。展望未來，56% 受訪者認為「資料深入運用於客戶分群和目標精準投放」為首要推動項目，而 34% 受訪者認為「即時個人化體驗」是最重要的目標。

Adobe 亞太區數位體驗業務產品行銷策略主管岑兆佳表示：「由於消費者已將他們在多種領域的消費體驗進行比較，客戶體驗在金融服務和保險領域變得更加重要。銀行及金融公司應將客戶體驗，視為品牌的關鍵市場區隔要素，吸引新客戶並確保他們的忠誠度。對於以金融服務為基礎的公司，如果沒

有透過客戶數據平台的分析與呈現，了解客戶行為模式與規劃精準戰略，他們將無法提供引人注目的個性化體驗。」

關於 Adobe 和 Econsultancy 的《2019 年數位趨勢：金融產業報告》

這是第九度由 Adobe 和 Econsultancy 共同發表的《數位趨勢報告》，報告基於多項產業中 500 家領先的公司中，邀請近 13,000 名數位專家參與的年度調查。詳情請參閱[完整報告](#)。

關於 Adobe

Adobe 致力透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

© 2019 Adobe all rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.