

媒体联系人  
Summer Shi  
史园  
Adobe  
(86) 10 58657703  
[sshi@adobe.com](mailto:sshi@adobe.com)

Kelly Li  
李思静  
MSL  
(86) 15201122672  
[Kellys.Li@mslgroup.com](mailto:Kellys.Li@mslgroup.com)

## 新闻稿

# 客户体验卓越的企业更易达成业务目标

*相较其他企业，拥有卓越客户体验的企业实现其 2019 年业务目标的可能性高达三倍*

中国，北京—2020 年 3 月 26 日—在全球范围内，有五分之二（40%）在客户体验方面的领军企业大幅超越了其 2019 年的业务目标。相比之下，那些在客户体验方面表现平平的企业中，只有 13% 达成了目标。这一重要发现来自 Adobe 与 Econsultancy 联合发布的《2020 年数字趋势报告》，该报告调研了来自亚太地区、欧洲及北美地区的 13,000 多名为品牌和代理机构服务的专业人士，涵盖营销、广告、电子商务、创意和 IT 在内的多个行业，以了解他们在 2020 年工作的优先事项。

Adobe 数字化转型总监 Scott Rigby 表示：“以客户为中心提供体验是企业脱颖而出的关键。想要塑造以客户为中心的商业模式，需要从大局着眼，在合适的数字工具和流程的支持下转变业务策略、投资策略和文化。这个过程无疑充满挑战，且需要公司上下一心，那些愿意做出改变的企业，回报也同样十分可观。”

## 客户体验（CX）是亚太地区实现业务增长的主要因素，但客户体验成熟度相对落后

亚太地区的企业十分了解客户体验的重要性，并致力于在 2020 年优化其客户旅程。在调查当中有近五分之一（19%）的亚太地区企业将提供更优质的客户体验视为今年最令人兴奋的机遇。除此之外，亚太地区的企业也将领跑在全球客户体验技术方面的投资，有一半以上（57%）的企业正计划加大提升对客户体验技术的投资，而今年欧洲和北美在这一方面的占比分别为 51% 和 41%。

但略显不足的是，亚太地区的客户体验成熟度落后于世界上的其他地区，仅有 7% 的受访者认为自己所在的企业塑造的客户体验是“非常成熟”的，而在这一方面北美的占比为 12%，全球其他地区为 11%。

如今，亚太地区的企业正在寻求将其客户体验成熟度与全球同行比肩的方法，并希望通过制定有效的策略为客户提供更优的体验，这也将促使企业在同行业中领先于其他竞争者。尽管亚太地区成熟度的滞后性使其在构建和交付以客户体验为中心的数字营销策略方面仍处于追赶地位，但该地区的营销人员也正在积极规划投资策略以缩小这一差距。

## 人才招聘和留存对于客户体验领先的企业来说是一项挑战

为了留存及培养优秀人才，客户体验领先的企业在人才培养方面的投资比其他企业高出 27%。调研报告中显示，有五分之二（40%）的领先企业表示，能够吸引和留住数字技术、数据和

与客户体验相关领域的人才是他们在 2020 年最关注的问题。超过四分之一（26%）的受访者表示，专业技术人才能否招聘并留存成功成为企业创造成功数字体验的一大难关。

客户体验领先的企业更愿意投资的一个关键领域是人才培养，主要是传授狭义营销定义之外的业务概念（27%：20%）。在 Econsultancy 近期发布的一项研究报告中显示，超过 90% 的高管认为，对于营销人员来说，了解更加广泛的业务指标和策略至关重要。

由此可见，对于营销人员来说，招聘和培养优秀人才是一项巨大的挑战，需要企业不断增加和提升内部技能得以支持。但这同时也是一个新的机遇，对人员、技术和架构的投资都是打造有效客户体验的关键因素，尽早地投身于人才支持将有助于企业长期受益。

### 自动化将助力营销人员提升工作效率

机器能够帮助企业提升业务的根本依据在于它可以赋予人们更多的能力。营销人员如今在以数据为基础的环境中工作，需要花费大量时间来创建报告和分析活动数据。而这些任务在未来的五到十年内都有可能通过自动化得以实现，为超负荷的营销人员提供得以喘息的机会。

在采用人工智能（AI）和机器学习技术（ML）方面，亚太地区已经领先于欧洲和北美地区。超过一半的亚太地区企业（54%）已经或计划在其内部使用这些工具。例如，以云为基础的会计软件公司 Xero 正在通过自动化提升客户体验。

亚太地区企业力图在客户体验成熟度方面迎头赶上，这从 IT 预算方面就可以看出。2020 年，亚太地区企业（34%）将加大对机器学习技术（ML）和人工智能（AI）的投资，而该项投资比例在全球其他地区仅为 25%。

市场营销负责人还希望利用人工智能不断提升客户体验，并实时做出商业决策。客户体验领先的企业更有可能积极地将思维技术应用到他们的关键挑战中，以便重新分配人力资源，将精力集中在更具创造性、战略性和有价值的活动中。

Scott 表示：“人们购买的是体验而不是产品。那些以客户为出发点提供卓越体验的企业将会领先于行业其他竞争者。而数字技术和数据的强大结合也正在帮助企业以全所未有的方式与客户互动并了解他们，建立更直接的情感关系。未来，客户体验（CX）将成为企业实现绩效目标的一项重要指标，而不仅仅是一个营销目标。”

欲了解更多，请点击[此处](#)下载《2020 年数字趋势报告》

### 关于 Adobe 和 Econsultancy 联合发布的《数字趋势报告》

这是 Adobe 和 Econsultancy 第十次联合发布年度数字趋势报告，该报告针对全球 13,000 多名来自营销、广告、电子商务、创意和科技行业的专业人士进行了调研。

\*领先的业务是指在超越其业务目标方面表现最佳的 9% 的企业。

### 关于 Adobe Experience Cloud

Adobe正在通过Adobe Experience Cloud重新构建客户体验管理，为业界提供内容、营销、广告、分析和商业的端到端解决方案。与那些提供相对静止且信息孤立的客户档案的传统企业平台不

---

同，Adobe Experience Cloud 跨客户触点与渠道，为企业提供一致的、连续的、权威的经验，同时还能够加速业务成长。分析报告统计显示，Adobe在20多份有关数字体验的报告中排名均位于业界前列，远超过同行业其他的科技企业。

## 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>。

###

© 2020 Adobe. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.