



## 媒体联系人

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

Sharon Chen  
陈枢悦  
MSLGROUP  
(86) 10 85730582  
[sharon.chen@mslgroup.com](mailto:sharon.chen@mslgroup.com)

## 实时发布

### 2017 年的四个数字营销趋势

作者: Marta DeBellis

职位: Adobe 亚太区市场营销副总裁

新年初始,正是让市场营销人员及早了解和把握新兴市场趋势和创新科技的最佳时机。以下是我们认为在新的一年里将受到市场关注的四个趋势。

#### 1. 市场营销人员将日渐采用机器学习及数据科学

机器学习及数据科学为市场营销人员提供有效提高生产力的机会,让他们能够将时间专注于整体的策略部署,省去花在日常数据分析和数据管理的时间。

Adobe 最近发布了 Adobe Sensei。建立在 Adobe Cloud Platform 内的 Adobe Sensei 是一个结合人工智能 (AI)、机器学习和深度学习的新架构和一套智能服务,能大幅改善设计并传递数字体验。

#### 2. 视频将成为主导

视频在近几年已被视为“下个大热门”,但我并不认为市场营销人员已充分掌握如何在营销活动中灵活地运用视频。我深信了解客户如何使用视频内容,以及学习如何运用视频广告将会在 2017 年为市场营销人员带来关键的机遇。

Adobe 宣布收购 TubeMogul 的决定显示出我们重视视频在市场营销活动中的使用。TubeMogul 将创建首个跨越传统电视和数字格式的端到端及独立的广告与数据管理解决方案,为大型品牌简化既复杂又分散的过程。

#### 3. 内容速度将变得至关重要

我认为 2017 年,市场营销人员最应注重的地方在于快速并大规模地制作出个性化及互动性内容的能力,而这种能力被称为内容速度。为了做到这点,市场营销人员需要代入顾客的角色,并充分体会其品牌所提供的体验。顾客是从多个接触点与品牌进行互动的,因此,营销人员需要留意这些体验是怎样影响整个顾客消费过程的。

#### 4. 顾客体验是数字转型的最大推动力

推动数字转型的最大推动力就是建立竞争优势,而其中的核心就是顾客体验。

顾客体验是竞争成败的全新指标，它可区分出通过数字转型来推动自身的品牌与停滞于旧商业模式的品牌。今天的数字化版图已充满着使用多种设备进行互动的用户，无论是手机、穿戴式设备、平板电脑还是汽车仪表盘等。当新产品或新创意面世时，人们会希望使用它。顾客日渐增加的期望值使品牌必须以顾客体验作为业务的核心。

## 关于 Adobe Marketing Cloud

Adobe Marketing Cloud 使企业在使用大数据时能更有效地接触及吸引顾客及潜在客户，能跨设备及不同数字接触点使用高度个性化的市场推广内容。八个紧密联系的配套方案包括数据分析、网页及应用程序体验管理、测试及目标定位、广告策划、影片、受众管理、社交媒体及活动推广，为市场营销人员提供一套最完善的市场推广技术。它与 Adobe Creative Cloud 的结合让使用者能更容易快速地横跨所有的市场渠道并立即启动创意资产。全球数千个品牌，其中包括了三分之二的财富前50强企业，均凭借 Adobe Marketing Cloud 的协助处理交易。

## 关于 Adobe 系统公司

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官方微信号“AdobeChina”，以及中国官方微博[http://www.weibo.com/adobechina?is\\_all=1](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。