



## 媒体联系人

彭凤仪

Adobe公司大中华区公关经理

+886 937212280

[fpeng@adobe.com](mailto:fpeng@adobe.com)

吴骁

明思力公关公司

(010) 8573 0605

[sean.wu@msslgroup.com](mailto:sean.wu@msslgroup.com)

# 马年将为数字营销界带来些什么？

马年已经来临，我认为今年数字营销工作者也有可能遇到各式各样的“马”。

那么究竟有哪些“马”呢？

## 马尽其力，人尽其能 (Horses for Courses)

鉴于亚洲的多数国家目前都相对缺乏专业技能人才，因此教育和培训的重要性不言而喻。所有的企业单位在加强人才招聘的同时，也应全力提升现有职工技能建设。

企业进行员工培训时应双管齐下：第一，除了开展针对业务的直接需求进行的市场营销培训外，还应加强员工纪律管理；第二，重视对毕业生和新晋员工的培训，为企业未来的发展开辟道路。

瞬息万变是数字营销的特质，这就要求现在以及未来的“数字专家们”与行业的变革保持同步。企业的业务需求要求企业不仅在马年，在未来也应加大数字营销方面的预算投入。

## 赛马 (Racehorse)

高效的执行能力将发挥至关重要的作用。客户的需求一直在不断变化，而在马年，根据现实情况迅速做出反应并且及时开展实时营销来满足客户的需求，将不再是一件易事。不过，对于营销人员而言，这是一项基本的要求，是客户对品牌基本的诉求。如果营销人员未能做出及时反应，将会令消费者大失所望。

营销团队应当在详细分析预估效果和消费者反应的基础之上，进行合理安排，高效执行，积极完成最后的冲刺。这就要求该团队能够提前规划，将计划所取得的效果进行量化，同时根据数据来进行调整，以实现营销效果的最优化。

营销团队只有以赛马般的速度来执行营销计划，才能集中精力，实现营销理念的创新，从而吸引消费者。

## 驮马 (Workhorse)

以前分析数据只是扮演一匹“小马驹”的角色，除了给出一组光鲜亮丽的数字之外，并不能显示出任何实质性的内容，不过现在这种情况正在发生转变，分析数据在未来将会发挥如同商业标准般的作用。事实上，数据和洞察力将会成为所有营销活动背后真正出力的驮马，是影响各路营销团队决策的主要因素之一。营销团队在分析数据的基础上才能够决定哪些地方需要进行改进，哪些地方需要进行调整。即便该活动已经展开，能够快速获取信息也将意味着能够对营销活动进行优化，这也使得分析数据成为营销团队用以优化营销效果可靠的“驮马劳力”。

## 摇摆木马 (Rocking Horse)

鉴于蛇年的形势，今年，我们开创的“跨团队合作”模式将完成创建。该模式的独特之处在于，强调更加彻底的知识共享与合作，从而实现多个队伍共同执行营销活动。我们的合作方式将变成我们进行工作的一种常规方式。

跨团队合作要求各营销团队关键业绩指标（KPI）保持一致性、同步性和透明性，同时要求各营销团队对数据和创意进行共享。

马年最常使用的一个词语将会是“节奏”。如果您发现自己今年用到了这个词，那么想一下摇摆木马就是了！

## 马年将 为数字营销界带来些什么？

### 天启四骑士 (Horsemen of the Apocalypse)

不过，今年仍有几匹“害群之马”有可能会让营销人员偏离轨道。让我们姑且称之为西方传说中邪恶的“天启四骑士”吧！

#### 1. 系统

现存的上一代内容管理系统（CMS）和营销管理平台，仍将迟滞数字营销的推广。

#### 2. 数据泄露以及数据遗失

曾经有一段时间，数据的巨大威力如同新勘探的能源一般刚为人们所熟知，不过如今，已有众多企业从数据中获益。相关的法规也将出台，不过对数据进行保密或者在自己的控制之下进行分享，依然十分重要。

#### 3. 过度专业化

尽管营销人员的专业水平已经越来越高，不过不顾大局而匆忙进行试水的营销方式仍然很有市场。如果营销团队不具备“丁”字型的知识结构（兼备广泛的营销知识和业务知识，同时精通某一个领域的知识），那挫折将在所难免。

#### 4. 广告支出

根据 2013 [Adobe 亚太地区数字营销业绩报告\\*](#) 显示，有 71% 的营销人员在数字营销方面的投资，不足其市场营销投资总额的四分之一。亚洲地区消费者们接触数字媒体的频率不断提高，而针对数字媒体的广告支出却很有限，两者之间存在着巨大的差距。换句话说，你的竞争对手现在只需要花费你在传统媒体上投资的一小部分，便可以将广告投放到你的客户面前。

我们要尽量避免数字营销业的“天启四骑士”，否则可能将经历一场“噩梦”。恭喜发财，同时也希望亚洲地区的营销工作者们在新的一年里都能够吉祥如意！

### 作者简介



Siva Ganeshanandan  
总监，亚太区数字营销套件部  
Adobe系统有限公司

Siva 负责推广 Adobe 的数字营销套件，该套件可提供一个整合、开放的平台来实现在线业务优化。Siva 在新加坡工作了 9 年，在亚太地区的亚洲及全球性公司内担任内容管理和定位、转换测试和多渠道受众衡量等方面的工作。他能分享来自国内和国际的客户及机构合作伙伴的关于驱动业务创新和市场营销有效性的最佳实践。

加入 Adobe 前，Siva 在 Autonomy Optimost 公司任亚太区总经理。在此之前，他负责 Interwoven 公司的亚太区市场营销。Siva 毕业于伦敦大学并曾担任学生会主席，他在英国的职业生涯开始于提供内容投递网络（CDN）服务的 Mirror Image Internet 公司。

### 关于 Adobe 公司

Adobe 正通过数字体验改变整个世界。如需了解更详细情况，请访问 [www.adobe.com/cn](http://www.adobe.com/cn)

通过 Adobe 中国官方微博 [weibo.com/adobechina](http://weibo.com/adobechina) 和人人网主页 [page.renren.com/adobechina](http://page.renren.com/adobechina) 与本地 Adobe 团队取得联系，获取新闻、产品升级和促销信息。

###