

媒體聯絡人

彭鳳儀(Frances)

Adobe大中華區公關經理

Tel: 0937-212-280

fpeng@adobe.com



陳忻婕(Cynthia) / 何軒廷(Estelle)

天擎公關

Tel: (02) 2775-2840 Ext: 324 / 345

adobe@grandpr.com.tw

即時發布

台灣行銷人員對數位信心提升 但缺乏專業人才依然是一大挑戰

最新Adobe 研究報告指出即使台灣數位行銷預算增加，專業能力的差距仍是主要障礙

台灣—2015年5月11日—由Adobe與CMO Council發佈最新「[亞太地區數位趨勢報告](#)」(The APAC Digital Directions report)是數位行銷表現報告(Digital Marketing Performance Dashboard)的相關分析，此研究調查指出，台灣行銷人員在數位行銷環境中，即使面臨效益評估與投資上的困境，仍對數位行銷價值相當有信心。此份報告針對648位來自台灣、香港、中國、南韓、澳洲、新加坡及印度的受訪者，超過半數來自於總部位在亞太地區(56%)，及營業額超過11億美元的企業(57%)，其中包括資訊、科技、零售、銀行、旅遊及餐飲業等，深入探討其數位行銷策略、任務及挑戰。

缺乏專業能力與人才

根據該報告顯示，高達40%的台灣行銷人員，認為自己的數位專業能力不足，此為亞太地區中比例最高的，並幾乎為亞太地區平均值(13%)的三倍。台灣行銷人員同時指出，公司內部的數位行銷團隊所面臨的前三大挑戰，分別為：

- ✓ 80%認為現有行銷團隊缺乏具備數位行銷之專業能力(相較於亞太地區平均值61%)；
- ✓ 60%認為無法招聘合適的數位行銷人才(相較於亞太地區的平均值47%)；
- ✓ 60%認為因行銷預算限制，導致無法招募合適的資深數位行銷人才(相較於亞太地區的平均值45%)。

由上述高於亞太地區平均值的結果，顯示「專業能力」與「人才招募」是台灣數位行銷人員的最大挑戰。

此外，該報告為台灣的行銷人員提出了三個數位行銷方面的建議，以協助他們加速其數位化進程：

- **優化互動及可實行性策略：**藉助可簡化作業的整合工具，透過深入觀察與分析，發展線上和離線數據的新策略，以創造更聰明的用戶體驗。

- **提高團隊表現和技能：**就整體環境而言，專業人才短缺，一直是影響數位行銷發展上的關鍵。在台灣，高達 40% 的行銷人員，認為無法找尋到具有數位行銷專業能力的代理商來發展並執行相關策略，此認知數字更高於亞太地區的平均值(26%)。
- **建立以客戶為中心的商業案例：**台灣 60% 的行銷人員表示，已在過去一年中逐漸地增加了數位行銷預算，而其中的關鍵，在於數位行銷工具能夠直接切合最低需求、反映出關鍵評估效益，並同時做到量化與數字的成長，在企業內部就能擁有較高的說服力，進而爭取預算。

亞太地區的數位行銷時代來臨

Adobe 亞太區總裁 Paul Robson 表示：「Adobe 與 CMO Council 自 2011 年以來已經持續追蹤亞太地區的數位行銷市場發展，我們已參與見證，並與多家公司合作，成功地改造他們的營運策略、團隊技術能力，他們在數位行銷的專業中提供一致並卓越的客戶體驗，雖然困難重重，但成效非常顯著。早期採用數位化的企業現已鞏固其領導地位，並能夠向企業內部和產業環境證明價值，建立投資與效益的良性循環。那些極具洞察力的公司，能在數位行銷數據分析上擁有卓越的表現，透過精密並多元的量測、預估和分析，為客戶創造全新體驗並滿足需求。」

CMO Council 市場行銷部資深副總裁 Liz Miller 也認為：「數位已是大勢所趨。受訪者認為數位化能創造與客戶的接觸點(66%)、提供更具效益的價值(47%)、提升客戶忠誠度(41%)及提高整體客戶體驗與回饋(33%)。而現在所面臨的挑戰將是從數位行銷的大數據中，分析出更深入的洞察與價值，進而提供改善產品、服務及客戶參與度的策略，並建立更良性的內部溝通效益，以爭取更多預算。」

該報告針對台灣的主要調查結果包括：

- **2015 數位行銷首要任務**
100% 的台灣受訪者認為，在未來12個月裡改善其網站的功能是他們的首要任務，其次為社群網路的優化，包括提升社群的發展、參與度及內容(75%)，以及線上銷售(75%)。
- **如何運用社交媒體**
100% 的台灣受訪者表示，他們的企業與組織使用社群平台作為快速、經濟實惠的方式直接傳送訊息給顧客。同時，40% 的受訪者表示，他們缺乏有效地運用社交媒體。
- **2015 年的首要挑戰**
在2015年，台灣行銷人員面臨數位行銷的最大挑戰，將是管理數據、洞察力和數據分析(60%)；對於數位行銷的投資建立商業案例(20%)及尋找和培養合適的人才來推動市場行銷(20%)。

實用連結及參考：

- [亞太地區數位趨勢報告](#)
- [亞太地區數位趨勢數據圖](#)
- [Digital Dialogue 部落格](#)：加入Adobe Digital Dialogue LinkedIn 團隊得到更多關於亞太地區行銷人員的新聞及瀏覽
- 透過#APDash Follow亞太地區數位趨勢報告
- Follow @Adobemktgcloud得到更多Adobe數位行銷相關新聞
- 瀏覽 [Adobe Marketing Cloud](#) 相關資料

關於 CMO Council

CMO Council 專注於高層次的知識交流及在全球不同行業的企業行銷高級領袖及品牌的決策者中建立思想領導及個人關係。CMO Council 的 6,000 名成員掌控超過 \$3,000 億美金的總年度市場行銷開支,執行全球性複雜及分散式的行銷和銷售業務。整體而言, CMO Council 及其策略性興趣社區擁有超過 20,000名分別來自 110 個以上的國家中不同行業、領域及市場的行政人員。地區分會和顧問委員會多活躍於美洲、歐洲、亞太、中東、印度和非洲。CMO Council 的策略利益團體包括利用和優化銷售效率聯盟(CLOSE)、LoyaltyLeaders.org、市場行銷供應鏈學院、客戶體驗委員會、市場感知能力中心、數位化行銷的性能研究所、GeoBranding 中心和推動流動體驗論壇(FAME)。更多有關 CMO Council 的資料, 請瀏覽www.cmocouncil.org。

關於 Adobe Systems Incorporated

Adobe 致力通過數位體驗改變世界。查詢更多詳情, 請瀏覽公司網站：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。

###