

# 台灣零售行銷人員的 5 大突破性 AI 趨勢

## 1 全通路相當重要

**79%** 的行銷人員認為，若要充分運用顧客資料達成業務目標，AI 不可或缺

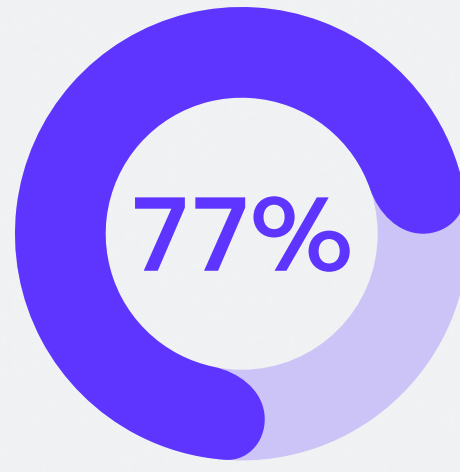


**73%** 的消費者支持品牌在購物體驗中導入更多 AI 技術

**專家秘訣:** 整合企業的整體顧客資料、改善 IT 效率，並提供更個人化的零售體驗

[深入了解 →](#)

## 2 策略變遷已開展開



的行銷人員同意 AI 是 2025 年顧客留存策略的關鍵



的消費者認為 AI 對其零售體驗帶來正面影響

**專家秘訣:** 重研究 AI 如何影響策略性零售目標，以建立信任度，並加快行銷活動的轉換速度

[深入了解 →](#)

## 3 個人化仍存在差距

**專家秘訣:** 深入分析消費者的生命週期，了解您目前掌握的了哪些資料，並找出尚未掌握的關鍵資訊

[深入了解 →](#)



**85%** 的行銷人員正全面或片面採用 AI 打造個人化內容和行銷活動

**29%** 的消費者認為品牌會打造個人化內容以滿足他們的需求

## 4 投資速度呈現提升趨勢

**72%** 的行銷人員將於 2025 年增加 AI 領域的投資，提升顧客互動

**75%** 的行銷人員見證 AI 結合行銷活動後，讓顧客忠誠度有所提升

**專家秘訣:** 不妨運用 AI，找出今後可帶來最佳收益機會的消費者生命週期階段

[深入了解 →](#)

## 5 資料隱私為上

**60%**

消費者對 AI 的資料隱私沒有信心

**74%**

的行銷人員認為他們為消費者提供足夠的價值，讓他們願意以自身資料換取

**專家秘訣:** 用漸進式剖析方法，透過簡訊、電子郵件及網站等多種接觸點收集豐富的消費者深入解析

[深入了解 →](#)

關於本研究：Opinium 調查了台灣 1,000 名一般受訪者和 200 名行銷人員

準備好深入了解嗎？

請下載完整版「AI 全球零售業報告：邁入互動時代」，解鎖更多深入解析和實用秘訣

[載完整版報告](#)