

全球經濟衝擊及AI環視情況下，行銷傳播代理商如何面對及轉型？

文 | 張志浩 台灣邁肯行銷傳播集團董事長暨執行長

半年前訂下這個主題，但現在覺得這個主題似乎已不合乎時宜。因為 AI 演進的速度實在太快，快到覺得人好像真的會被替代。現在要談的問題，已不是應該如何面對及轉型，而是我們已經做些什麼？成效如何？談策略、談應變措施，已經來不及，大家應該早就進入應用執行、檢驗成效的時候了。

生活上我們以前叫 Google 為 Google 大神，現在生活中 ChatGPT 大概是一個不可或缺的萬事通，我想不到一個好的名詞來稱呼它（我曾經問過 GPT 給自己取個名字，它希望叫它智聊仙。好像知道仙比神，來得更厲害）。只知道現在有什麼事情問它，不管提問得好或不好，它一定是有問必答，問它我是誰？它或許比我自己都還了解自己，想算算自己今年的流年，你不用花錢，答案可能比塔羅牌還準。

生活上大大小小的事，它都可以幫你打理，出差行程、飯店的建議、旅遊景點、餐廳，都可以安排的好好的。這都是 AI Agent 在後面幫忙你規劃了一切。更不要講工作上，它能夠協助的事情從資料的收集、到整理、要它做出 SWOT、形成策略或給一些的想法，它都可以頭頭是道的幫你做好，最後還會問你還需不需要這個？那個？真的是一個非常好的特別助理。

也因為如此，在工作上充滿了危機感，行銷傳播代理商 (Marketing & Communication Agencies) 正處於一個關鍵轉型期。行銷代理商到底該做些什麼？怎麼做？怎麼轉型來面對這個新的世界？當然我也請教 ChatGPT 讓它來回答，再和我自己的想法相互佐證，看自己目前所走的方向、思考的方向是否一致。

以下是幾個主要挑戰與應對策略：

一、面對的挑戰

❶ 客戶預算縮減與績效壓力提升，經濟不確定性使得品牌更加謹慎，廣告預算縮減，轉向更具成效衡量的數位行銷。

❷ AI 取代部分創意與操作流程 AI 工具 (如 ChatGPT、Midjourney、Canva AI 等) 正重塑內容創作、媒體規劃、消費者洞察的方式，使得人力需求與技能要求產生變化。

❸ 人才斷層與技能轉型壓力，傳統創意人與媒體人需掌握數據分析、AI 應用等新技能，否則容易被新型態內容產製機制取代。

❹ 代理商角色模糊化，品牌主開始自建行銷團隊 (In-house)，或直接使用 AI 工具，降低對代理商的依賴。例如：可口可樂早在 2023 年就運用 ChatGPT 和 DALL-E2 上市了一個 Create Real Magic 的平臺、產生了大量的創意素材。

二、轉型對策與機會

① 強化策略顧問角色，提供「人類智慧+AI 整合」人機協作的價值轉型為「品牌策略顧問」，協助企業解讀數據、洞察趨勢，提供 AI 無法完全理解的文化脈絡與創意策略，提供整合式服務，如品牌定位、數據驅動的客群分析、AI 行銷流程設計等。WPP 集團：積極併購 AI 創新公司，內部設有 AI 實驗室「WPP Open」，結合生成式 AI 與策略規劃。WPP Open 可以提供從前端策略、創意生成到成效分析的 AI 工具，以 End to End Solution 來提升效率及成長。

② 建構 AI 協作創意流程 (Human + AI) 將 AI 工具導入創意初稿、視覺模擬、腳本產出流程，提高效率與品質。建立 AI 內容審核與品牌一致性機制，避免品牌聲音混亂。

③ 數據與行銷科技 (MarTech) 能力升級 投資第一方數據平台 (CDP)、CRM 系統整合、

行為預測模型，讓代理商不只是創意來源，更是成效導向的合作夥伴，與 AI 技術公司或平台建立夥伴關係，共創新的行銷解決方案。例如 Accenture Song (前 Fjord)：結合科技顧問與創意代理商功能，協助品牌整合體驗設計、資料科技與行銷策略。

④ 拓展新型服務模式提供 SaaS 型行銷服務 (如內容自動化平台、客製化報告工具)。成立內部創投部門，投資內容創作者、社群媒體資產，成為「媒體生態」的一部分。Dentsu Japan：推出「人機共創的 AI for Growth」流程，並強化客戶服務、行銷服務、營運轉型、資料架構管理升級、訓練、甚至是公司治理、企業轉型顧問服務，甚至將 AI 導入提案與製作端做出非常多創意的作品。

⑤ 跨國與在地整合雙軌佈局在全球 AI 工具通用化的情況下，更要發揮「在地文化理解」的優勢，結合本地趨勢洞察與國際技術。

一、以下更請 ChatGPT 告訴我們所有在行銷傳播上，前端市場分析到後端成效分析，所有的 AI 工具及效能。筆者無法一一試用了解所有的工具，在此僅供參考。是否真正合用，依個人使用後自行判斷。

市場與消費者洞察	自動收集與分析市場趨勢、競品動態、消費者評論分析	更快獲得可行的策略洞察
內容生成與創意發想	廣告文案、社群貼文、品牌故事、影片腳本、視覺風格提案	節省時間、拓展創意靈感
設計與視覺產製	圖片生成、影片剪輯、動態圖製作	降低設計成本、加快製作週期
數據分析與成效追蹤	廣告投放數據分析、A/B 測試報告、自動生成 KPI 儀表板	精準優化行銷策略
行銷自動化與客戶互動	EDM 自動化、個人化推薦、即時客服	提升轉換率與顧客體驗
專案與 workflow 管理	自動排程、檔案整理、任務提醒	提高團隊協作效率

二、AI 可協助產出的行銷成果

策略文件	市場分析報告、品牌定位提案、年度行銷計畫
內容資產	Facebook/IG 貼文、SEO 文章、新聞稿、廣告 Banner、短影音腳本
多媒體素材	平面 KV、社群動畫、TikTok 短片、產品拍攝背景替換
互動體驗	客服 Chatbot 對話、互動式問卷、個人化商品推薦頁
成效報告	廣告 ROI 報告、社群互動分析、消費者輪廓洞察圖

三、可用的代表性工具與平台

1. 市場洞察 / 數據分析	<ul style="list-style-type: none"> • SimilarWeb (網站流量與市場分析) • Brandwatch (社群輿情分析) • Google Trends (搜尋趨勢) • Tableau + GPT 插件 (數據視覺化+ AI 分析)
2. 內容生成	<ul style="list-style-type: none"> • ChatGPT / Claude / Gemini (文案、策略提案、腳本) • Jasper AI (品牌文案專用 AI) • Copy.ai (廣告與社群文案快速生成)
3. 視覺與影片製作	<ul style="list-style-type: none"> • Midjourney / DALL·E (AI 繪圖與視覺提案) • Canva AI (快速設計與品牌模板) • Runway (AI 影片生成與編輯) • CapCut + AI (短影音製作)
4. 行銷自動化	<ul style="list-style-type: none"> • HubSpot / Salesforce Marketing Cloud (行銷自動化與 CRM 整合) • Mailchimp + AI (EDM 自動優化) • ManyChat / Intercom AI (智慧客服與聊天機器人)
5. 專案管理與協作	<ul style="list-style-type: none"> • Notion AI (筆記整理、會議摘要、自動生成提案大綱) • ClickUp + AI (專案排程與任務管理) • Airtable AI (資料庫與專案協作)

AI 真的入侵我們的生活及工作非常地深，與其充滿了焦慮不安的感覺，不如去參與、使用、練習，變成我們生活工作的一部分。就像以前使用電腦裡的各種文書處理軟體一樣，現在這些都變成我們在工作上的輔助工具，逃不了、避免不了，除非你不想面對這個世界。只有能夠掌握 AI 工具的人，才能夠主控 AI，否則就是被 AI 替代。