

# การประชุม ADOBE DIGITAL MARKETING SUMMIT ประจำปี 2555



กรุงเทพฯ — 21 มีนาคม 2555 — นักการตลาด ผู้บริหารจากบริษัทโฆษณา ผู้บริหารจากองค์กรด้านการสื่อสาร ดิจิทัลและโซเชี่ยลมีเดียกว่า 4,000 คนได้มารวมตัวกันที่เมืองซอลท์เลคซิตี รัฐยูทาห์ เพื่อร่วมการประชุมประจำปี Adobe Digital Marketing Summit โดยในจำนวนนี้มีผู้บริหารฝ่ายการตลาดและนักวางกลยุทธ์ 89 คนจากเอเชีย-แปซิฟิก รวมถึงตัวแทนจากจีน ฮองกง อินเดีย ไต้หวัน ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ เกาหลี และสิงคโปร์ นับเป็นครั้งแรกที่มีตัวแทนจากเอเชีย-แปซิฟิกเข้าร่วมการประชุมมากขนาดนี้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักการตลาดในเอเชีย-แปซิฟิกเริ่มให้ความสนใจในช่องทางการตลาดดิจิทัลอย่างกว้างขวางมากขึ้น ทั้งยังมีความกระตือรือร้นที่จะปรับใช้นวัตกรรมใหม่ล่าสุดเพื่อช่วยให้องค์กรได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

นาย มาร์ค ฟิบบ์ ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายการตลาดประจำภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกของอะโดบี กล่าวว่า “การขยายตัวของกิจกรรมด้านการตลาดดิจิทัลและการเปลี่ยนแปลงการจัดสรรงบประมาณสำหรับสื่อดิจิทัลเป็นผลมาจากแนวโน้มต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างกว้างขวาง เช่น การเพิ่มจำนวนของอุปกรณ์พกพา เช่น สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต การเติบโตของธุรกรรมและการค้าในโลกออนไลน์ การขยายตัวอย่างรวดเร็วของโซเชี่ยลมีเดีย แรงขับเคลื่อนของแนวโน้มเหล่านี้พบเห็นได้อย่างกว้างขวางในเอเชีย และปัจจุบัน นักการตลาดกำลังดำเนินการอย่างจริงจังและรวดเร็วเพื่อก้าวตามให้ทันกับกลุ่มเป้าหมาย และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในเรื่องของรูปแบบการติดต่อสื่อสารและการทำธุรกรรม”

“ดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งช่วยให้เราสามารถตรวจวัดแง่มุมทางธุรกิจ ซึ่งในอดีตเป็นเรื่องยากที่จะตรวจสอบแง่มุมดังกล่าว ผู้บริหารระดับสูงฝ่ายการตลาดมักจะพูดว่า การตลาดคือระบบการเงินรูปแบบใหม่ เพราะมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงอย่างมากจากศิลปะไปสู่วิทยาศาสตร์ ความสามารถในการตรวจวัดผลกระทบของกิจกรรมการตลาดแบบหลายช่องทางและคำนวณผลตอบแทนการลงทุนหรือ ROI จะเชื่อมโยงการตลาดและการเงินให้ใกล้ชิดกันมากขึ้น” มาร์คกล่าว

ผู้บริหารที่ร่วมกล่าวบรรยายในระหว่างการประชุมครั้งนี้ ได้แก่ บิช สโตน ผู้ก่อตั้งทวิตเตอร์ (Twitter) และอาเรียนนา ฮัฟฟิงตัน จาก Huffington Post ซึ่งมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และชานทานู นาราเยน ประธานและซีอีโอของอะโดบี และแบรด เรนเซอร์ รองประธานอาวุโสและผู้จัดการทั่วไปฝ่ายการตลาดดิจิทัลของอะโดบี

นาย ทิม แอลสตัน ผู้บริหารบริษัทที่ปรึกษา digital balance จากออสเตรเลีย ซึ่งเข้าร่วมการประชุมของอะโดบีเป็น

ครั้งที่สาม กล่าวว่า การประชุมนี้นับเป็นหนทางที่ดีที่สุดในการค้นหาแนวคิดใหม่ๆ ด้านการตลาดที่นำไปใช้งานได้จริง “เรามุ่งเน้นการให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าเพื่อเพิ่มความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องดิจิทัล ในยุคสมัยที่ทุกสิ่งสามารถตรวจวัดได้อย่างชัดเจน จึงไม่มีการผ่อนปรนอีกต่อไปสำหรับการทำงานที่ไร้ประสิทธิภาพ ตอนนี้ผมคิดว่าโอกาสที่สำคัญที่สุดสำหรับนักการตลาดในเอเชีย-แปซิฟิกก็คือ การปรับปรุงอัตราการเปลี่ยนจากกลุ่มเป้าหมายไปสู่ลูกค้า มีบริษัทขนาดใหญ่มากมายหลายบริษัทที่ยังไม่ได้ดำเนินการในเรื่องนี้ จึงนับว่าเป็นการพลาดโอกาสที่ดีที่สุดไปอย่างน่าเสียดาย”

นักการตลาดทั่วภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกที่สนใจในข่าวสารจากการประชุม Digital Marketing Summit สามารถติดตามได้จากลิงค์โซเชียลมีเดียเหล่านี้ได้:

- สำหรับข้อความทวิตจากการประชุม: #AdobeSummit
- สำหรับข่าวและข้อมูลอัปเดตในส่วนของเอเชีย-แปซิฟิกจากการประชุม: บล็อก APAC Adobe Digital Dialogue: <http://adobe.ly/xFXyub>
- ลงทะเบียนเพื่อรับชมการกล่าวสุนทรพจน์เปิดการประชุมในหัวข้อ **‘พลังของตัวตนดิจิทัล’ (The Power of the Digital Self)** สตรีมแบบสดและแบบออนดีมานด์ที่ <http://summit.adobe.com/online> และสามารถรับชมวิดีโอของการกล่าวสุนทรพจน์เปิดประชุมดังกล่าวได้บนโซเชียลมีเดียได้เช่นกัน

สื่อมวลชนสามารถติดตามข่าวประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมจากการประชุม Digital Marketing Summit ได้ที่นี่:

<http://www.adobe.com/go/summitpress2012>

สำหรับ ผู้ใช้งานอะโดบีในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สามารถติดต่อที่ทีมงานอะโดบี โดยตรงผ่าน Facebook ที่ (<http://www.facebook.com/AdobeSEA>)

เกี่ยวกับ บริษัท อะโดบี ซิสเต็มส์ อินคอร์ปอเรเท็ด

อะโดบีเปลี่ยนโลกใบนี้ด้วย ประสบการณ์ดิจิทัล ข้อมูลเพิ่มเติมที่ [www.adobe.com](http://www.adobe.com)

ประชาสัมพันธ์ข่าวโดย

ปราณี เฉลิมชนศักดิ์ / วรารอง จงรักษ์ / ดุษฎี เย็นสุขใจ

บริษัท พีซี แอนด์ แอสโซซิเอทส์ คอนซัลติ้ง จำกัด.

โทรศัพท์: 02-971-3711 โทรสาร: 02-521-9030