

# การ์ทเนอร์ระบุ อะโดบีเป็นผู้นำด้านระบบวิเคราะห์ ข้อมูลดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งในปี 2559



การ์ทเนอร์ระบุ อะโดบีเป็นผู้นำด้านระบบวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งในปี 2559

กรุงเทพฯ, 27 ตุลาคม 2559 2559 – อะโดบี (Nasdaq:ADBE) ประกาศ การ์ทเนอร์จัดอันดับให้อะโดบีอยู่ในกลุ่มผู้นำ (Leader) ในรายงานเมจิกควอดแรนต์สำหรับระบบวิเคราะห์ข้อมูลดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง (“Magic Quadrant for Digital Marketing Analytics1”) ทั้งนี้ จากการประเมินผู้จำหน่ายโซลูชัน 11 ราย อะโดบีเป็นหนึ่งในสามบริษัทที่จัดอยู่ในกลุ่มผู้นำ ด้วยเพราะความสามารถในการดำเนินงานและความเป็นเลิศทางวิทยาศาสตร์ เกณฑ์การประเมินสำหรับความสามารถในการดำเนินงานได้แก่ ผลลัพธ์หรือบริการ ความเหมาะสมโดยรวม การดำเนินงานด้านการขาย การกำหนดราคา ความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาด ประวัติการดำเนินงาน การดำเนินงานด้านการตลาด ประสิทธิภาพของลูกค้า และการปฏิบัติงาน

นายบิล อินแกรม รองประธานฝ่าย Adobe Analytics กล่าวว่า “การที่อะโดบีครองตำแหน่งผู้นำอย่างต่อเนื่องในรายงานเมจิกควอดแรนต์ของการ์ทเนอร์นับเป็นเครื่องยืนยันว่าแบรนด์ชั้นนำระดับโลกไว้วางใจเลือกใช้ระบบวิเคราะห์ข้อมูล Adobe Analytics ภายใน Adobe Marketing Cloud เพื่อผลักดันข้อมูลข่าวกรองเกี่ยวกับลูกค้า และนำเสนอประสบการณ์ดิจิทัลที่เหนือชั้น เราดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาการใช้งานข้อมูลเชิงลึกในทุกส่วนงานทั่วทั้งองค์กร และใช้ประโยชน์จากวิทยาศาสตร์ข้อมูล (Data Science) เพื่อช่วยให้ลูกค้าก้าวล้ำหน้าคู่แข่งท่ามกลางสภาพแวดล้อมดิจิทัลที่มีความซับซ้อนเพิ่มมากขึ้น”

Adobe Analytics เป็นเทคโนโลยีชั้นนำด้านการวิเคราะห์ข้อมูลใน Adobe Marketing Cloud ซึ่งตรวจวัดการติดต่อสื่อสารทางดิจิทัลหลายล้านล้านรายการในแต่ละปี โดยนับเป็นโซลูชันการวิเคราะห์ข้อมูลระดับองค์กรที่ขายดีที่สุดและมีความก้าวหน้ามากที่สุดในแวดวงอุตสาหกรรม และได้รับการใช้งานอย่างต่อเนื่องโดยนักการตลาดและนักวิเคราะห์ข้อมูลกว่า 140,000 คน เพื่อให้เข้าใจธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น แบรนด์สำคัญๆ ที่ใช้ Adobe Analytics ในปัจจุบัน ได้แก่ Audi, Conde Nast, PopSugar, Marriott Hotels, Philips, Sony และแบรนด์อื่นๆ อีกนับพัน

นางเอลเลน ลี รองประธานอาวุโสฝ่ายโกลบอล ดิจิทัล ของเครือโรงแรมไฮแอท (Hyatt Hotels) กล่าวว่า “Adobe Analytics เป็นหัวใจหลักสำหรับการดำเนินงานของเรา ระบบดังกล่าวช่วยให้เราได้รับทราบรายละเอียดและตัวเลขต่างๆ เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารทางออนไลน์ของลูกค้า จนถึงระดับของโรงแรมในเครือ โดยแต่ละสาขาของโรงแรมมีระบบเดสบอร์ดของตนเอง เพื่อให้สามารถตรวจสอบประสิทธิภาพของกลยุทธ์ต่างๆ ในแบบเรียลไทม์ ข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้สามารถนำไปผนวกรวมเข้ากับการทดสอบเว็บเพจ เพื่อเพิ่มอัตราการจองห้องพัก และปรับปรุงช่องทางการ

ติดต่อบริษัทอื่นๆ”

สำเนาของรายงานวิจัย “Magic Quadrant for Digital Marketing Analytics” ฉบับวันที่ 5 ตุลาคม 2559 ของการ์ทเนอร์มีอยู่ที่นี้

ที่มา: Gartner, Magic Quadrant for Digital Marketing Analytics, Martin Kihn, Adam Sarner Andrew Frank, Christi Eubanks, Lizzy Foo Kune, 5 ตุลาคม 2559

ข้อสงวนสิทธิ์

การ์ทเนอร์ไม่ได้ให้การรับรองผู้ผลิต สินค้า หรือบริการใดๆ ที่กล่าวถึงในรายงานวิจัยของบริษัทฯ และไม่ได้แนะนำให้ผู้ใช้เลือกใช้เทคโนโลยีของผู้ผลิตที่จัดอยู่ในอันดับสูงสุดหรือในตำแหน่งอื่นใด รายงานวิจัยของการ์ทเนอร์ประกอบด้วยความคิดเห็นของฝ่ายวิจัยของการ์ทเนอร์ และไม่ควรถือว่าเป็นการระบุข้อเท็จจริง การ์ทเนอร์ขอปฏิเสธการรับประกันใดๆ ไม่ว่าโดยชัดแจ้งหรือโดยนัย ในส่วนที่เกี่ยวกับข้อมูลการวิจัยนี้ รวมถึงการรับประกันทั้งหมดเกี่ยวกับความสามารถในการจัดจำหน่าย หรือความเหมาะสมสำหรับจุดประสงค์เฉพาะเกี่ยวกับบริษัทอะโดบี ซีเอสเต็มส์ อินคอร์ปอเรเท็ด

อะโดบีเปลี่ยนโลกผ่านประสบการณ์ด้านดิจิทัล รายงานละเอียดเพิ่มเติม [www.adobe.com/sea](http://www.adobe.com/sea)

ติดตามอะโดบีผ่านเฟสบุ๊คที่ <https://www.facebook.com/AdobeSEA/>

###