

ซีเอ เทคโนโลยีซี ผู้บริโภคทิ้งแบรนด์ได้ง่ายภายใน 6

วินาที



ซีเอ เทคโนโลยีซี ผู้บริโภคทิ้งแบรนด์ได้ง่ายภายใน 6 วินาที ธุรกิจเอเชียไม่ปรับตัวจะเสียฐานลูกค้ากว่า 30 เปอร์เซ็นต์ทันที

ผลการศึกษาล่าสุดที่สนับสนุนโดยบริษัทซีเอ เทคโนโลยีซีให้เห็นว่า แอปพลิเคชันต่างๆ ทั้งในรูปแบบในโมบายล์และเดสก์ท็อปกำลังจะเป็นสมรภูมิใหม่ของการช่วงชิงความภักดีต่อแบรนด์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและญี่ปุ่น เพราะในปัจจุบันระบบเศรษฐกิจกำลังถูกผลักดันด้วย ซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน โดยผู้บริโภคทุกวันนี้จะคาดหวังมากขึ้นจากการใช้งานแอปพลิเคชัน และหากและธุรกิจใดล้มเหลวที่จะนำเสนอประสบการณ์ใช้งานแอปพลิเคชันที่ดี ก็กำลังเสี่ยงที่จะสูญเสียฐานลูกค้าไปอย่างน้อย 1 ใน 3 ของที่มีอยู่เดิม

ผลการศึกษาที่ใช้ชื่อว่า ซอฟต์แวร์-สมรภูมิใหม่ของความภักดีต่อแบรนด์ (Software - the new battle ground for brand loyalty) ได้ทำการศึกษา และสำรวจความคิดเห็นจากผู้บริโภคจำนวน 1449 คนและผู้มีอำนาจตัดสินใจทางธุรกิจอีก 259 คนใน 5 ประเทศของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและญี่ปุ่นเพื่อดูว่าแต่ละกลุ่มมีความคิดอย่างไรต่อผลที่แอปพลิเคชัน มีผลกระทบต่อการใช้งานของผู้ใช้งานและธุรกิจที่แตกต่างกัน จะมีผลเรื่องนี้เช่นไรซึ่งผลก็ออกมาว่าผู้ตอบแบบสอบถามได้ชี้ให้เห็นตัวแปร 3 อย่างที่มีผลกระทบมากที่สุดประสบการณ์การใช้งานของผู้บริโภคนั้นคือ

- 1) ต้องโหลดได้เร็ว – มีอยู่ถึง 75 เปอร์เซ็นต์ของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามได้ทิ้งแบรนด์เดิมwxก็เพราะว่าเจอปัญหาโหลดช้าและระบุด้วยว่าเวลาโหลดที่ยอมรับได้อยู่ที่ 6 วินาทีหรือน้อยกว่านั้น ในขณะที่มีอีก 39 เปอร์เซ็นต์ของผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่าต้องการเวลาโหลดที่น้อยกว่า 3 วินาที
- 2) ฟังก์ชันการใช้งานต้องง่าย – มีมากกว่า 70 เปอร์เซ็นต์ของผู้บริโภคในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่จัดอันดับว่าฟีเจอร์การใช้งานที่ง่าย คือตัวผลักดันที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจที่จะใช้งานหรือซื้อ แอปพลิเคชัน นอกจากนี้ยังมี 63% ที่ระบุว่าแรงผลักดันในการตัดสินใจมาจากตัวแอปพลิเคชันที่ทำงานได้โดยไม่มีปัญหายุ่งยาก
- 3) ความมั่นใจเรื่องการรักษาความปลอดภัย – พบว่ามีมากกว่า 60 เปอร์เซ็นต์มองว่าขีดความสามารถของ แอปพลิเคชัน ที่จะต้องปกป้องจุดอ่อนต่างๆ อย่างเช่นไวรัสและการโจมตีเพื่อปฏิเสธการใช้งานโดยแฮกเกอร์และทำงานตามฟังก์ชันต่างๆได้อย่างปลอดภัยและมีการรักษาความปลอดภัย คือตัวแปรด้านฟีเจอร์การใช้งานที่สำคัญ นอกจากนี้สำหรับฝั่งยูสเซอร์ที่เคยมีประสบการณ์ใช้งานที่มีปัญหาการรักษาความปลอดภัยแอปพลิเคชันมาก่อน พบว่ามี 17 เปอร์เซ็นต์บอกว่าจะทิ้งแบรนด์นั้นไปเลย

“แอปพลิเคชัน ได้กลายมาเป็นสื่อกลางหลักและสำคัญที่สุดสำหรับผู้บริโภคที่จะเชื่อมต่อกับธุรกิจ” เคนเน็ธ อาเรดอนโด ประธานและผู้จัดการทั่วไปประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและญี่ปุ่น บริษัทซีเอเทคโนโลยี กล่าวพร้อมเสริมว่า ” บริษัทต่างๆจำเป็นต้องนำเอาแนวคิดที่ลูกค้าเป็นศูนย์กลางมาใช้พร้อมกับรวมเข้ากับการที่ต้องมีข้อมูลที่เกี่ยวข้องสำหรับอุปกรณ์ต่างๆที่เชื่อมต่อตลอด และท้ายที่สุดแล้วบริษัทจะต้องมี แอปพลิเคชัน ที่สามารถปรับแต่งให้ตรงการใช้งานของผู้ใช้ ต้องมีการรักษาความปลอดภัย ตอบสนองความต้องการและใช้งานได้ด้วยเช่นกัน”

อย่างไรก็ตาม ยังมีช่องว่างในความคิดเห็นที่พบจากการศึกษานี้ก็คือ สิ่งที่มีอำนาจตัดสินใจทางธุรกิจคิดว่าอุตสาหกรรมของตนจะสามารถนำเสนอผ่าน แอปพลิเคชันได้และความคิดเห็นที่ผู้บริโภคคิดว่าอุตสาหกรรมเดียวกันนั้นจะสามารถนำเสนอสิ่งที่ตนต้องการได้

ซึ่งผลจากการสำรวจชี้ว่า ทางภาคธุรกิจมักคิดว่าการนำเสนอ แอปพลิเคชัน ของตนเองนั้นออกมาดีกว่ามุมมองที่ผู้บริโภคคิดอยู่และความแตกต่างกันนี้มีมากถึง 14 เปอร์เซ็นต์ในภาคธุรกิจบริการการเงินและ 11 เปอร์เซ็นต์ ในภาคราชการและบริการสาธารณะ

นอกจากนี้ผลการศึกษาดังกล่าวยังได้ชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญว่า แอปพลิเคชัน ต่างๆได้กลายมาเป็นจุดเชื่อมต่อที่สำคัญระหว่างผู้บริโภคกับองค์กรทางธุรกิจ ซึ่งถ้าดูจากผลของการสำรวจครั้งนี้พบว่ามีมากกว่าครึ่ง หรือ 52 เปอร์เซ็นต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้งานแอปพลิเคชัน ต่างๆเพื่อใช้ในการช้อปปิ้ง และมี 49 เปอร์เซ็นต์ ใช้แอปพลิเคชัน เพื่อติดต่อทำธุรกรรมกับธนาคาร และมีมากกว่า 16 เปอร์เซ็นต์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุว่าตนได้ใช้แอปพลิเคชัน เพื่อซื้อและดูสื่อมีเดียต่างๆเช่นวิดีโอและรายการทีวีโชว์ในแบบออนไลน์

“บริษัทและองค์กรต่างๆ จะต้องเลิกมองว่า แอปพลิเคชัน นี้เป็นเพียงแค่ส่วนขยายของธุรกิจตน แต่จะต้องมองว่าเป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดของโมเดลธุรกิจที่มี” เคนเน็ธ อาเรดอนโด กล่าว “และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนี้บริษัทต่างๆจำเป็นต้องมองให้ชัดว่าผู้บริโภคต้องการสิ่งใดและจะทำเช่นไรที่จะรับฟังความต้องการ รวมทั้งจัดหาระบบวิเคราะห์เชิงคาดการณ์เพื่อที่จะมีมุมมองที่ลึกและคาดการณ์ล่วงหน้ามากขึ้นในการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อใช้งาน”

รูปแบบและวิธีการวิจัย

บริษัทวิจัย Zogby Analytics ได้ดำเนินการสำรวจและศึกษาภายใต้การสนับสนุนจากบริษัทซีเอเทคโนโลยีโดยได้ทำการสำรวจผู้บริโภคจำนวน 1449 รายและผู้มีอำนาจตัดสินใจทางธุรกิจอีก 259 รายใน 5 ประเทศของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและญี่ปุ่นได้แก่ ออสเตรเลีย จีน อินเดีย ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้

เกี่ยวกับ ซีเอ เทคโนโลยี

ซีเอ เทคโนโลยี (NASDAQ: CA) เป็นผู้จัดหาโซลูชันเพื่อการบริหารจัดการไอที ซึ่งช่วยให้ลูกค้าสามารถจัดการและรักษาความปลอดภัยในสภาพแวดล้อมของระบบไอทีที่ซับซ้อนเพื่อรองรับการให้บริการธุรกิจได้อย่างคล่องตัว ทั้งนี้องค์กรต่างๆ ใช้ประโยชน์จากซอฟต์แวร์และโซลูชันในกลุ่ม SaaS ของซีเอ เทคโนโลยี เพื่อสร้างนวัตกรรม ปรับ

เปลี่ยนโครงสร้างพื้นฐาน และรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและอัตลักษณ์ต่างๆ นับตั้งแต่ระดับดาต้าเซ็นเตอร์ไปจนถึงระบบคลาวด์ อ่านข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับซีเอ เทคโนโลยี ได้ที่ www.ca.com