

# ผลกระทบของโซเซียลมีเดียถูกประเมินต่ำเกินจริง เกือบ 100 เปอร์เซ็นต์

ผลการศึกษาของอะโดบีชี้ ผลกระทบของโซเซียลมีเดียถูกประเมินต่ำเกินจริงเกือบ 100 เปอร์เซ็นต์



ผลประเมินการเยี่ยมชมเว็บ 1.7 พันล้านครั้ง แนะนำให้นักการตลาดปรับใช้แนวทางใหม่ในการตรวจสอบ

กรุงเทพฯ — 29 มีนาคม 2555 — การประชุม Adobe Digital Marketing Summit 2012 - บริษัท อะโดบี ซิสเต็มส์ (Nasdaq:ADBE) เปิดเผยข้อมูลที่พบจากรายงานดัชนีดิจิทัลของอะโดบี (Adobe Digital Index) ซึ่งจัดหาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัลแก่ผู้บริหารฝ่ายการตลาด อี-คอมเมิร์ซ และค้าปลีก โดยรายงานนี้ ประเมินว่านักการตลาดดำเนินการอย่างไรเพื่อตรวจวัดผลกระทบของแทรฟฟิกเว็บไซต์จากโซเซียลมีเดียสำคัญๆ เช่น Facebook, Twitter, Pinterest, Tumblr, Blogger, YouTube และ Yelp อะโดบีวิเคราะห์ว่ามีมียูเอเอ็กซ์มากกว่า 1.7 พันล้านครั้งไปยังเว็บไซต์ของบริษัทในสหรัฐฯ กว่า 225 แห่งในอุตสาหกรรมค้าปลีก ท่องเที่ยว และสื่อ และผลสรุปคือนักการตลาดประเมินมูลค่าของแทรฟฟิกทางสังคมต่ำเกินจริงอย่างมาก

## ประเด็นสำคัญในรายงานได้แก่

- การใช้แอตทริบิวต์การคลิกล่าสุด (Last Click) ซึ่งเป็นรูปแบบแอตทริบิวต์ที่ใช้กันแพร่หลายที่สุดสำหรับนักการตลาด ส่งผลให้มีการประเมินผลกระทบของเว็บไซต์โซเซียลมีเดียต่ำกว่าความเป็นจริงถึง 94 เปอร์เซ็นต์
- รูปแบบแอตทริบิวต์การคลิกครั้งแรก (First Click) สามารถตรวจสอบคุณสมบัติของโซเซียลมีเดียได้แม่นยำมากกว่าในเรื่องของการเข้าถึงลูกค้าแต่เนิ่นๆ ในกระบวนการซื้อ
- ความแตกต่างอย่างมากในผลลัพธ์ของข้อมูลการคลิกครั้งแรกเมื่อเทียบกับการคลิกล่าสุดสำหรับเว็บไซต์โซเซียลมีเดียอาจทำให้นักการตลาดปรับเปลี่ยนแนวทางการจัดสรรงบประมาณสำหรับช่องทางโซเซียลและดิจิทัล

## เหตุใดแอตทริบิวต์การคลิกครั้งแรกจึงดีกว่าสำหรับโซเซียลมีเดีย

แอตทริบิวต์การคลิกล่าสุดใช้สมมติฐานที่ว่าช่องทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของลูกค้ามากที่สุดคือช่องทางที่ลูกค้าเข้าถึงครั้งสุดท้าย ก่อนที่จะเยี่ยมชมเว็บไซต์หรือซื้อสินค้า ส่วนแอตทริบิวต์การคลิกครั้งแรกเกี่ยวข้องกับ

ช่องทางที่ลูกค้าเข้าถึงแรกสุด โซเชียลมีเดียสร้างสภาพแวดล้อมที่รองรับการโปรโมตแบรนด์ต่างๆ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและฐานลูกค้าที่มีอยู่ได้แต่เนิ่นๆ ในกระบวนการซื้อ อย่างไรก็ตาม แอตทริบิวต์การคลิกล่าสุดละเลยคุณค่าของการเข้าถึงลูกค้าในระยะเบื้องต้น แต่ไปให้ความสำคัญกับช่องทางการตลาดที่ลูกค้าใช้ในช่วงท้ายๆ ของกระบวนการซื้อ จึงนับเป็นการมองข้ามบทบาทของช่องทางอื่นๆ ในการโปรโมตแบรนด์ เข้าถึงลูกค้า และกระชับความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องระหว่างลูกค้าและแบรนด์ ในทางตรงกันข้าม แอตทริบิวต์การคลิกครั้งแรกให้ความสำคัญกับโซเชียลมีเดียในแง่ของการสร้างความสัมพันธ์เบื้องต้นกับลูกค้า การคลิกล่าสุดกับการคลิกครั้งแรกมีความแตกต่างกันอย่างมาก และมีศักยภาพที่จะเปลี่ยนแปลงแนวทางของบริษัทต่างๆ ในการจัดสรรงบประมาณสำหรับโซเชียลมีเดีย

## คำกล่าวสนับสนุน

**อาซิม จันทรา รองประธานฝ่ายผลิตภัณฑ์และการตลาดอุตสาหกรรม กลุ่มธุรกิจดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งของอะโดบี**

- “ในฐานะอุตสาหกรรม นักการตลาดดิจิทัลดำเนินการอย่างฉับไวสำหรับการเพิ่มเติมโซเชียลมีเดียไว้ในช่องทางการตลาด แต่บางทีอาจไม่ได้พิจารณาถึงหนทางใหม่ๆ ที่ดีกว่าในการตรวจวัดช่องทางที่ซับซ้อนนี้ ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่านักการตลาดมีแนวโน้มที่จะใช้รูปแบบการประเมินแบบเดิมๆ แต่ถ้าหากมีการปรับใช้แนวทางที่ดีกว่าในการประเมินโซเชียลมาร์เก็ตติ้ง ก็จะช่วยให้ได้ผลตอบแทนการลงทุนหรือ ROI ที่เพิ่มมากขึ้น”

## ลิงค์ที่มีประโยชน์

- รายละเอียดทั้งหมดของรายงาน Adobe Digital Index เกี่ยวกับโซเชียลมีเดีย สามารถดาวน์โหลดได้ที่ <http://goo.gl/oRPbR> หรือที่ CMO.com

## เกี่ยวกับ Adobe Digital Marketing Suite

Adobe Digital Marketing Suite นำเสนอแพลตฟอร์มแบบเปิดที่ครบวงจรสำหรับการปรับปรุงธุรกิจออนไลน์ กลยุทธ์ในการใช้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้าเพื่อผลักดันการสร้างสรรคนวัตกรรมทั่วทั้งองค์กรธุรกิจ และปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการตลาด ชุดผลิตภัณฑ์นี้ประกอบด้วยแอปพลิเคชันแบบครบวงจรเพื่อรวบรวมและปลดปล่อยพลังของข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้าเพื่อขยายฐานลูกค้า เพิ่มยอดขาย และรักษาฐานลูกค้าที่มีอยู่ในระยะยาว รวมทั้งสร้างและเผยแพร่คอนเทนต์ต่างๆ ตัวอย่างเช่น เมื่อใช้ชุดผลิตภัณฑ์ นักการตลาดจะสามารถระบุกลยุทธ์การตลาดและการลงโฆษณาที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด พร้อมทั้งสร้างประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง เสมอต้นเสมอปลาย และสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยครอบคลุมช่องทางการตลาดดิจิทัลที่หลากหลาย เช่น ในสถานที่ตั้ง, ดิสเพลย์, อีเมล, โซเชียล, วิดีโอ และโมบายล์ ชุดผลิตภัณฑ์นี้ช่วยให้นักการตลาดสามารถดำเนินการปรับเปลี่ยนได้

อย่างรวดเร็ว สร้างระบบอัตโนมัติสำหรับการติดต่อกับลูกค้าในบางเรื่อง และเพิ่มผลตอบแทนสูงสุดสำหรับการลงทุนด้านการตลาด ซึ่งทำที่ดีที่สุดแล้วจะช่วยปรับปรุงผลกำไรให้กับธุรกิจ

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

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมและ ประชาสัมพันธ์ข่าวโดย

ปราณี เฉลิมชนศักดิ์ / วรารอง จงรักษ์ / ดุษฎี เย็นสุดใจ

บริษัท พีซี แอนด์ แอสโซซิเอทส์ คอนซัลติ้ง จำกัด.

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