

# ผลวิจัยล่าสุดชี้เอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความพร้อม ด้าน IoT อยู่ในเกณฑ์ต่ำ

Genesys เผยแพร่ผลการศึกษาวินิจฉัยว่าด้วยความสมบูรณ์พร้อมด้าน Internet of Things ที่มีต่อการสร้างประสบการณ์ลูกค้าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

Genesys(R) ( [www.genesys.com/asia](http://www.genesys.com/asia) ) ผู้นำระดับโลกด้าน ประสบการณ์ลูกค้าผ่านหลายช่องทาง และ โซลูชันคอนแทคเซ็นเตอร์ ได้จัดทำรายงาน The 2016 Internet-of-Things (IoT)-Enabled Customer Experience (CX) Report for Asia-Pacific ซึ่งเป็นการสำรวจผู้นำธุรกิจเกือบ 500 ราย จาก 6 อุตสาหกรรมหลัก ใน 11 ประเทศ ภายในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (APAC)

จากการสำรวจพบว่า บริษัทในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (SEA) มีความสมบูรณ์พร้อมในการสร้างประสบการณ์ลูกค้าด้วย IoT ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยของ APAC แต่ในประเด็นการนำไปใช้งานและการเตรียมพร้อมนั้น ถือว่าอยู่ในระดับเดียวกับภูมิภาค

Genesys ด้วยความร่วมมือกับ Frost & Sullivan ได้มอบหมายให้จัดทำรายงานฉบับนี้ขึ้น ซึ่งนำเสนอข้อมูลเจาะลึกเกี่ยวกับมุมมองของบริษัทใน APAC ที่มีต่อ Internet of Things (IoT) และขอบเขตที่บริษัทเหล่านี้สามารถใช้เครื่องมือเพื่อ ยกกระดับประสบการณ์ลูกค้า

นอกจากนี้ รายงานดังกล่าวยังได้ศึกษามุมมองขององค์กรต่างๆที่มีต่อIoT ในฐานะที่เป็นตัวช่วยสำคัญในการยกระดับประสบการณ์ลูกค้า รวมทั้งสำรวจการเตรียมพร้อมขององค์กรในการคว้าความได้เปรียบจากเทคโนโลยีคลื่นลูกใหม่

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความสมบูรณ์พร้อมด้านIoT ในตลาด SEA คือการที่ภูมิภาคนี้ไม่ตระหนักถึงคุณค่าของการสร้างประสบการณ์ลูกค้าด้วย IoT มากเท่าไรนัก โดยมีผู้ตอบสำรวจเพียง 27% ที่เชื่อว่า IoT ช่วยยกระดับการดำเนินงานในด้านประสบการณ์ลูกค้า และมีเพียง 34% ที่ตอบว่า IoT ให้ประโยชน์มากกว่าต้นทุน

อย่างไรก็ดี แม้การตระหนักถึงคุณค่าจะต่ำกว่าภูมิภาคAPAC โดยรวม แต่เกือบครึ่งหนึ่ง (49%) ขององค์กรใน SEA กำลังอยู่ระหว่างการศึกษารหัสหรือพิจารณาแผนการที่จะใช้ประโยชน์จาก IoT เพื่อพัฒนาประสบการณ์ลูกค้า อันที่จริงแล้ว SEA เสมอกับอินเดีย ในฐานะตลาดที่มีบริษัทที่ใช้ IoT ยกกระดับประสบการณ์ลูกค้า หรืออยู่ในระยะการทดลองเป็นจำนวนมากที่สุดเป็นอันดับ 2

“ผลการวิจัยของเรายืนยันว่า องค์กรในภูมิภาคนี้ตระหนักดีว่า IoT สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้า ซึ่งถือเป็น

ข้อมูลที่มีคุณค่า ทั้งยังสามารถนำเสนอประสบการณ์ที่เต็มอิมมิ่งขึ้นให้แก่ลูกค้าอีกด้วย” คีธ บัตช์ รองประธานอาวุโสของ Genesys ประจำภูมิภาค APAC กล่าว “จริงอยู่ที่การตระหนักถึงคุณค่าดังกล่าวในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังคงอยู่ในระดับต่ำ แต่เรารู้สึกประหลาดใจในทางที่ดีที่ได้เห็นบริษัทจำนวนมากกำลังพิจารณาแนวทางในการพัฒนาประสบการณ์ลูกค้าด้วย IoT หรืออยู่ในขั้นทดลองแล้ว”

ช่องว่างระหว่างการตระหนักและการลงมือปฏิบัติ

IoT ถือเป็นกลไกสนับสนุนสำคัญที่ช่วยให้องค์กรต่างๆ นำเสนอประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวและร้อยเรียงเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสิ่งแวดล้อมที่เกิดการหลอมรวมกัน ซึ่งพบว่า เส้นทางในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของลูกค้า (Customer Journey) นั้นครอบคลุมทั้งช่องทางดิจิทัลและช่องทางกายภาพ

รายงานเปิดเผยว่า ผู้ตอบแบบสำรวจ 83% ทั่วภูมิภาค APAC มีความคุ้นเคยกับ IoT มาบ้าง และเกือบ 50% เชื่อว่า IoT มีส่วนสำคัญในการยกระดับประสบการณ์ลูกค้า อย่างไรก็ตาม มีผู้ตอบเพียง 15% ที่ลงมือดำเนินการแล้ว

บัตช์กล่าวว่า “ผลการศึกษาดอกย้าให้เห็นถึงบทบาทของผู้จัดหาเทคโนโลยีอย่าง Genesys ในการให้การสนับสนุนบริษัทใน APAC ให้ลงมือปฏิบัติ เพื่อนำศักยภาพของ IoT มายกระดับประสบการณ์ลูกค้าได้อย่างแท้จริง”

ประโยชน์ของการลงมือปฏิบัติ

กว่า 70% ของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งนำ IoT มาใช้พัฒนาประสบการณ์ลูกค้า ระบุว่า โขลุ่ยชั้นที่พวกเขานำมาใช้นั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและความผูกพันของลูกค้า ผู้ตอบมากกว่า 1 ใน 3 ยอมรับว่า IoT มีอิทธิพลต่อการพัฒนาความพึงพอใจของลูกค้าในระดับสูง

ส่วนประโยชน์อื่นๆที่ผู้ตอบแบบสำรวจระบุถึง ได้แก่ ผลกระทบเชิงบวกต่อคุณค่าของแบรนด์ (33%) ประสิทธิภาพการดำเนินงานดีขึ้น (33%) และผลิตภาพของพนักงานเพิ่มขึ้น (35%)

ผลการวิจัยพบว่า บริษัททั่วภูมิภาค APAC ตระหนักถึงผลประโยชน์ในวงกว้างจากการใช้ IoT ผู้ตอบแบบสำรวจเกินครึ่ง (60%) ระบุว่าได้เริ่มต้นดำเนินการด้าน IoT แล้ว โดย 16% ตอบว่ากำลังศึกษาแนวทางในการรวม IoT เข้าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรภายในปีนี้ และอีก 29% หวังว่าจะดำเนินการสำเร็จลุล่วงได้ในอีก 2 ปีข้างหน้า

อุปสรรคขัดขวางการใช้ IoT

ผู้ตอบแบบสอบถามในตลาด SEA ราว 75% มองว่า ทีมบริหารที่นำโดยซีอีโอ ในฐานะของผู้ถือผลประโยชน์หลักนั้นจะเป็นพลังขับเคลื่อนขั้นต้นของกลยุทธ์การยกระดับประสบการณ์ลูกค้าด้วยเทคโนโลยี IoT ภายในองค์กรของพวกเขา

อย่างไรก็ตาม รายงานระบุว่า มีปัญหาท้าทายจำนวนหนึ่งที่ขัดขวางธุรกิจต่างๆในการนำเทคโนโลยี IoT มาใช้เพื่อยก

ระดับประสบการณ์ลูกค้า ซึ่งรวมถึงปัญหาความเข้าใจในเรื่อง “การนำเสนอคุณค่าของ IoT” ขององค์กร ทั้งนี้โดยทั่วไปแล้ว ปัญหามักเกิดจากการที่ผู้บริหารระดับสูงมีความตระหนักในระดับต่ำเกี่ยวกับความสำคัญหรือคุณค่าของการยกระดับประสบการณ์ลูกค้าด้วย IoT

ผลการศึกษาที่สำคัญอื่นๆจากรายงานประจำภูมิภาค APAC ได้แก่

1. พบความสัมพันธ์ระหว่างการใช้เทคโนโลยีIoT กับคะแนน Net Promoter Scores(R) (NPS(R)) ที่เพิ่มขึ้น\*
2. ความตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการยกระดับประสบการณ์ลูกค้าด้วยIoT นั้น อยู่ในระดับต่ำที่สุดในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้บริหารระดับสูง
3. ผู้ตอบแบบสอบถามกว่า 70% ที่ใช้เทคโนโลยีIoT เชื่อว่า สิ่งนี้มีประโยชน์ต่อการพัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่
4. ภาคอุตสาหกรรม 3 กลุ่มที่อยู่ในระดับแนวหน้าในการใช้ประโยชน์จากIoT เพื่อยกระดับประสบการณ์ของลูกค้า ได้แก่ กลุ่มผู้ให้บริการการสื่อสาร กลุ่มโลจิสติกส์ ขนส่ง และยานยนต์ และกลุ่มค้าปลีก ท่องเที่ยว และบริการ

“งานวิจัยนี้จะช่วยยุติความเข้าใจผิดๆที่ว่า IoT ยังไม่พร้อมใช้งานจริง หรือมีความยุ่งยากเกินไปที่จะนำเทคโนโลยีดังกล่าวไปพัฒนาโซลูชันเพื่อยกระดับประสบการณ์ของลูกค้า” บัตจ์กล่าว

ขณะที่ กฤษณา ไวกษณะ รองผู้อำนวยการฝ่าย Digital Transformation Practice ประจำภูมิภาค APAC ของ Frost & Sullivan กล่าวเสริมว่า “ความสำเร็จขององค์กรใดๆขึ้นอยู่กับความสามารถในการทำความเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และการนำเสนอบริการที่เหนือกว่า การใช้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผ่านทางโซลูชัน IoT นั้น จะช่วยให้ภาคธุรกิจสามารถพัฒนาบริการที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างมั่นใจ ด้วยวิธีการที่ตรงใจ สะดวกสบาย และนำมาซึ่งคุณค่าที่สูงขึ้น”

Genesys และ Frost & Sullivan จะจัดการสัมมนาออนไลน์ ( webinar ) ในวันที่ 22 มีนาคม เวลา 11.30 น. ตามเวลาสิงคโปร์ เพื่อพูดคุยถึงผลการศึกษาในรายงานฉบับนี้ ตลอดจนแนวทางในการจัดการกับปัญหาท้าทาย และการใช้ IoT-Enabled Customer Experience เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยบริการที่เหนือกว่า

ลงทะเบียนร่วมสัมมนาได้ที่

<http://www.genesys.com/asia/about-genesys/webinars/internet-of-things-cx-strategy>

เกี่ยวกับรายงาน

รายงาน The 2016 IoT-Enabled Customer Experience (CX) Report for Asia-Pacific ได้ทำการสำรวจองค์กรต่างๆ ใน 11 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย จีน อินเดีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ไทย และนิวซีแลนด์

การสำรวจจัดทำขึ้นในนามของ Genesys และ Frost & Sullivan โดยสอบถามจากผู้นำ 479 รายใน 6 กลุ่มอุตสาหกรรม

กรรม ประกอบด้วย บริการทางการเงินและธนาคาร, กลุ่มผู้ให้บริการการสื่อสาร, ภาครัฐบาล สาธารณสุขและสาธารณสุข  
อุปโภค, กลุ่มประกันภัย, กลุ่มโลจิสติกส์ ขนส่งและยานยนต์, และกลุ่มค้าปลีก ท่องเที่ยวและบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามมาจากองค์กรที่มีการดำเนินงานศูนย์ลูกค้าสัมพันธ์ และมีการจ้างตัวแทนอย่างน้อย 50 ราย และ  
เกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์ด้านประสบการณ์ลูกค้าสำหรับองค์กรของพวกเขา ซึ่งรวมถึงการนำระบบและ  
กระบวนการดำเนินงานมาใช้

สามารถดาวน์โหลดรายงานได้ที่ [www.iotenabledcx.com](http://www.iotenabledcx.com)

เกี่ยวกับGenesys

Genesys(R) มอบชุมพลังประสบการณ์ลูกค้าที่ดีที่สุดในโลกกว่า 2.5 หมื่นล้านรายการในแต่ละปี เรายกลูกค้าเป็น  
หัวใจหลักในการดำเนินงาน และมีความเชื่อมั่นอย่างเต็มเปี่ยมว่า การสร้างความผูกพันกับลูกค้า อย่างดีเยี่ยม จะ  
ช่วยขับเคลื่อนผลลัพธ์ที่ยอดเยี่ยมให้กับธุรกิจ บริษัทกว่า 10,000 แห่งในกว่า 100 ประเทศได้ให้ความไว้วางใจเลือก  
ใช้ แพลตฟอร์มระดับประสบการณ์ลูกค้าที่เป็นอันดับ 1 ในอุตสาหกรรม เพื่อการสร้างสรรค์ เส้นทางในการตัดสินใจ  
ใจซื้อสินค้าหรือบริการของลูกค้า (Customer Journey) ในทุกช่องทาง ได้อย่างไร้รอยต่อ และสร้างความสัมพันธ์  
แบบยั่งยืนGenesys มีผลงานนวัตกรรมที่โดดเด่นและมุ่งมั่นที่จะเป็นที่หนึ่งเสมอมา และเป็นบริษัทเพียงแห่งเดียวที่  
ได้รับการยอมรับจากนักวิเคราะห์อุตสาหกรรมชั้นนำ ให้เป็นผู้นำด้านโซลูชันการสร้าง ความผูกพันกับลูกค้าทั้งแบบ  
คลาวด์และแบบออนพรีมิส สามารถชมรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ [www.genesys.com/asia](http://www.genesys.com/asia)

ติดตามGenesys ได้ทาง Twitter , Facebook , YouTube , LinkedIn และ Genesys blog

\*Net Promoter, NPS และ Net Promoter Score เป็นเครื่องหมายการค้าของ Satmetrix Systems, Inc., Bain  
& Company และ Fred Reichheld

สื่อมวลชนติดต่อ:

Jiazi Xu  
Genesys

อีเมล: [jiazi.xu@genesys.com](mailto:jiazi.xu@genesys.com)

โทร. +65 6521 9540

โลโก้ - [http://mma.prnewswire.com/media/408485/Genesys\\_RGB\\_Logo.jpg](http://mma.prnewswire.com/media/408485/Genesys_RGB_Logo.jpg)