

สายการบินมาเลเซียแอร์ไลน์ส์ขับเคลื่อนธุรกิจดิจิทัล ด้วย “โซลูชันอะโดบี มาร์เก็ตติ้ง คลาวด์”



ประเทศไทย - 19 กุมภาพันธ์ 2557 - อะโดบีเผยว่า มาเลเซียแอร์ไลน์ส์ ซึ่งเป็นสายการบินแห่งชาติของประเทศไทย มาเลเซียและได้รับรางวัลสายการบินชั้นนำของเอเชียจากงาน World Travel Awards ประจำปี 2556 ได้ลงนามในข้อตกลงสำคัญในการใช้บริการ “อะโดบี มาร์เก็ตติ้งคลาวด์” และ “อะโดบี ครีเอทีฟคลาวด์” ในรูปแบบไลเซนส์สำหรับองค์กร ซึ่งนับเป็นหนึ่งในข้อตกลงที่มีมูลค่าสูงสุดสำหรับอะโดบีในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก



ในการประมูลที่เริ่มต้นขึ้นเดือนเมษายน 2556 ทางสายการบินมาเลเซียแอร์ไลน์ส์ได้ประเมินข้อเสนอการประมูลจากบริษัทชั้นนำต่างๆในการจัดหาโซลูชัน ผลิตภัณฑ์ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมที่สุดเพื่อรองรับการทรานส์ฟอร์มธุรกิจทั่วทั้งองค์กร

นาย ดิน เต็คโก ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาดของมาเลเซียแอร์ไลน์ส์ กล่าวว่า “กรรมการ 15 คนจากฝ่ายต่างๆขององค์กรได้เข้าร่วมกระบวนการคัดเลือกในครั้งนี้ เนื่องจากโครงการมีขนาดใหญ่และซับซ้อน ดังนั้นจึงจำเป็นที่จะต้องให้ฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม ฝ่ายการตลาดได้ทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดกับฝ่ายไอที รวมถึงฝ่ายขาย ฝ่ายบริการลูกค้า ฝ่ายผลิตภัณฑ์ และฝ่ายอื่นๆ เพื่อระบุความต้องการ และประเมินข้อเสนอการประมูล”

“เราได้คัดเลือก 5 โซลูชันจาก Adobe Marketing Cloud ซึ่งได้แก่ Adobe Target, Adobe Social, Adobe Media Optimizer, Adobe Analytics และ Adobe Experience Manager นอกจากนี้เรายังจะใช้บริการ Managed Service สำหรับ Experience Manager ด้วยเช่นกัน โซลูชันดังกล่าวมอบอินเทอร์เฟซที่ใช้งานง่าย พร้อมความสามารถในการวิเคราะห์ข้อมูลแบบลึก และการให้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ”

นาย เต็คโก กล่าวเพิ่มเติมว่า การติดตั้งเทคโนโลยีในครั้งนี้จะแบ่งเป็น 3 เฟส เพื่อจัดหาพื้นฐานสำหรับการปรับเปลี่ยนดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง และบริการลูกค้าให้สอดคล้องกับทุกแพลตฟอร์มและทุกแบรนด์ของบริษัท รวมถึง Firefly, MAS Wings, MAS Cargo และโปรแกรมสะสมไมล์ Enrich

“เรากำลังผนวกรวมแพลตฟอร์มดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง โดยครอบคลุมกลุ่มธุรกิจทั้งหมดภายใน 3 ปี” มร. เต็คโก กล่าว “เราจะผสานรวมข้อมูลลูกค้าแบบออฟไลน์จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น โปรแกรม Loyalty, คอลล์เซ็นเตอร์ รวมถึงการบันทึกข้อมูลและการใช้งานแบบดิจิทัล ซึ่งทั้งหมดนี้จะช่วยให้เราตรวจสอบข้อมูลลูกค้าได้อย่างรอบด้าน พร้อมทั้งให้ลูกค้าได้ประสบการณ์รูปแบบใหม่ จากคอนเทนต์ที่ Personalized และ Customeised รวมถึง ข้อเสนอ

และ การให้บริการ”

หัวใจหลักของกลยุทธ์ดิจิทัลก็คือ “เว็บไซต์ของมาเลเซียแอร์ไลน์” ซึ่งเป็นช่องทางธุรกิจที่สำคัญ สร้างรายได้ให้แก่บริษัทในสัดส่วนที่สูงมากในแต่ละวัน องค์ประกอบสำคัญในการทำให้ธุรกิจของเราก้าวหน้าก็คือ แคมเปญส่งเสริมแบรนด์ ซึ่งอาศัยการจัดการ Customer Exxperience เพื่อมอบบริการที่เปี่ยมด้วยคุณภาพและสอดคล้องกันทั้งในส่วน of ช่องทางการให้บริการทั่วไปและช่องทางดิจิทัล”

นอกจากนี้ การติดต่อสื่อสารผ่านโซเชียลมีเดียก็มีความสำคัญอย่างยิ่งเช่นกัน และมาเลเซียแอร์ไลน์ได้ฉลองวาระครบรอบแฟนเพจเฟซบุ๊กครบ 1 ล้านคนเมื่อเดือนตุลาคม 2556 “โซเชียลมีเดียถือเป็นด่านหน้าของกิจกรรมด้านการตลาดแบบครบวงจรของเรา เราติดต่อสื่อสารกับลูกค้าทั่วโลกผ่านทางโซเชียลแพลตฟอร์มเพิ่มมากขึ้น ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญที่เสริมสร้างธุรกิจของเราได้อย่างมากเลยทีเดียว” มร. แด็คโก กล่าว

นาย สตีเฟน ฮามิล ผู้อำนวยการฝ่าย ดิจิทัล มาร์เก็ตติ้งคลาวด์ของอะโอบี ประจำภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และฮ่องกง กล่าวว่า “ข้อตกลงในครั้งนี้สร้างปรากฏการณ์ใหม่ในหลายๆด้านสำหรับภูมิภาคนี้ เรามองว่าข้อตกลงนี้เป็นความร่วมมือที่สำคัญอย่างยิ่งกับมาเลเซียแอร์ไลน์ที่นอกจากจะเป็นแบรนด์ชั้นนำในระดับภูมิภาคแล้ว ยังเป็นผู้นำและผู้กำหนดวิสัยทัศน์ทางด้านดิจิทัลอีกด้วย”

“นี่คือข้อตกลง Managed Service ครั้งแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าธุรกิจสนใจที่จะปรับใช้โซลูชันที่มีความซับซ้อนมากขึ้น โดยครอบคลุมองค์การธุรกิจทั้งหมด แทนที่จะติดตั้งผลิตภัณฑ์เฉพาะจุด”

นาย ฮามิล กล่าวเสริมว่า “ส่วนประกอบสำคัญของกระบวนการตัดสินใจอยู่ที่การรับฉันทมติจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ที่ทีมงานฝ่ายไอทีเข้ามามีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิด เพื่อให้แน่ใจว่าโซลูชันนี้มีความเหมาะสมในแง่ของเทคโนโลยีอย่างแท้จริง เราดำเนินกระบวนการด้าน Value Engineering Services ที่เป็นส่วนหนึ่งของการประมูลนี้ ซึ่งช่วยนำเสนอข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการตรวจสอบการตัดสินใจทางธุรกิจสำหรับทุกคน ตั้งแต่ฝ่ายไอทีไปจนถึงฝ่ายการเงิน”

“เรารู้สึกตื่นเต้นที่จะได้ดำเนินโครงการนี้ร่วมกับมาเลเซียแอร์ไลน์” นาย ฮามิล กล่าว “มาเลเซียแอร์ไลน์และอะโอบีเตรียมพร้อมเดินทางอย่างเต็มกำลัง”