

อะโดบีการคาดการณ์เทคโนโลยีที่นักการตลาดต้อง พร้อมรับมือสำหรับปี 2560



อะโดบีการคาดการณ์เทคโนโลยีที่นักการตลาดต้องพร้อมรับมือสำหรับปี 2560

ปี 2559 นับเป็นช่วงเวลาที่น่าหวาดหวั่นสำหรับนักการตลาด เพราะมีเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น Augmented Reality (AR) และ Virtual Reality (VR) เข้ามามีบทบาทสำคัญในแวดวงการตลาดทั่วโลก ตัวอย่างเช่น เกม Pokémon Go ของ นินเทนโด ซึ่งใช้เทคโนโลยี AR ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางทั่วโลกภายในเวลาอันรวดเร็ว นอกจากนี้ ปี 2559 ยังนับเป็นช่วงเวลาสำคัญสำหรับการปฏิรูปโดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation - DX) โดยองค์กรต่างๆ กำหนดให้ DX เป็นหัวใจสำคัญของกลยุทธ์การดำเนินงาน และนักการตลาดเริ่มปรับใช้ระบบวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรวดเร็วเพื่อขับเคลื่อนการตัดสินใจด้านการตลาด

อะโดบีเผยวิสัยทัศน์ถึงก้าวสำคัญและจุดเปลี่ยนที่ส่งผลกระทบต่ออนาคตของดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งขณะที่เราเริ่มก้าวเข้าสู่ปี 2560 โดย นางมาร์ธา เดอเบลลิส รองประธานฝ่ายการตลาดประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ของอะโดบี ดังต่อไปนี้:

1. เทคโนโลยี AR, VR และการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) จะยังคงส่งผลกระทบต่อต่อเนื่องในปี 2560:

o การมาถึงของเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น AR, VR และ Machine Learning จะส่งผลกระทบต่อแวดวงการตลาดในปี 2560 และปีต่อไป เทคโนโลยี AR และ VR จะเปลี่ยนแปลงวิธีการติดต่อสื่อสารระหว่างนักการตลาดและลูกค้า และขับเคลื่อนประสบการณ์ในรูปแบบแปลกใหม่ที่ไม่สามารถทำได้ในปัจจุบัน ความท้าทายสำหรับนักการตลาดก็คือ การเรียนรู้วิธีการสร้างสรรค์คอนเทนต์สำหรับรูปแบบใหม่ๆ เหล่านี้ เพื่อใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่จากโอกาสที่รออยู่เบื้องหน้า

o Machine Learning และวิทยาศาสตร์ข้อมูล (Data Science) จะเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่ นักการตลาด โดยจะช่วยให้ นักการตลาดทุ่มเทเวลาให้กับการกำหนดกลยุทธ์โดยรวม โดยไม่ต้องวุ่นวายกับการวิเคราะห์และจัดการข้อมูลในแต่ละวัน เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence - AI) และ Machine Learning ได้รับการใช้งานอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมเทคโนโลยี และมีการดำเนินการอย่างจริงจังเพื่อขยายกรอบโครงสร้างสำหรับการแก้ไขปัญหาคงใหญ่ ตั้งแต่การจดจำเสียงพูดอย่างถูกต้องแม่นยำ ไปจนถึงคอมพิวเตอร์วิทัศน์ (Computer Vision)

ล่าสุดเราได้เปิดตัว Adobe Sensei ซึ่งเป็นกรอบโครงสร้างและชุดบริการอัจฉริยะที่มีความเชี่ยวชาญระดับลึกเกี่ยวกับ AI, Machine Learning และ Deep Learning โดยถูกรวมไว้ใจ Adobe Cloud Platform ซึ่งช่วยปรับปรุงการออกแบบและการนำเสนอประสบการณ์ดิจิทัลได้อย่างมาก

o การทำความเข้าใจลูกค้าเกี่ยวกับรูปแบบวิธีบริโภคสื่อซึ่งสื่อวิดีโอยังคงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับนักการตลาดในปี 2560 วิดีโอคือ ‘ปัจจัยสำคัญ’ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แต่ดูเหมือนว่านักการตลาดยังไม่สามารถทำความเข้าใจในทุกแง่มุมได้ดีพอ ด้วยเหตุนี้ การเรียนรู้วิธีการใช้ประโยชน์จากวิดีโอโฆษณาในแคมเปญต่างๆ อย่างรอบด้านจะช่วยสร้างโอกาสที่ดีสำหรับนักการตลาด อะโดบีได้เข้าซื้อกิจการของ TubeMogul ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริษัท จะมุ่งเน้นเทคโนโลยีวิดีโอสำหรับแคมเปญด้านการตลาด โดยมีแผนที่จะพัฒนาโซลูชันแรกสำหรับการจัดการข้อมูลและโฆษณาแบบครบวงจรที่ครอบคลุมทั้งรูปแบบทีวีและดิจิทัล และเพิ่มความสะดวกให้กับกระบวนการที่ปัจจุบันมีความซับซ้อนและไม่ต่อเนื่องสำหรับแบรนด์ต่างๆ

2. ประสบการณ์ของลูกค้า (Customer Experience - CX) จะเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดสำหรับการปฏิรูปโดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัล

ความได้เปรียบเหนือคู่แข่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดสำหรับการพัฒนาปรับปรุงโดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัล และปัจจัยพื้นฐานที่รองรับความได้เปรียบที่ว่่านี้ก็คือ ประสบการณ์ของลูกค้า

ประสบการณ์ของลูกค้าเป็นจุดขายที่สร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งและเป็นปัจจัยที่เกื้อหนุนความสำเร็จ โดยจะสร้างความแตกต่างระหว่างแบรนด์ที่มีการปฏิรูปและก้าวไปข้างหน้ากับแบรนด์ที่ยังยึดติดอยู่กับโมเดลธุรกิจแบบเดิมๆ โลกดิจิทัลในปัจจุบันเต็มไปด้วยผู้ใช้ที่ติดต่อสื่อสารผ่านอุปกรณ์ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์มือถือ อุปกรณ์สวมใส่ แท็บเล็ต หรือแม้กระทั่งแดชบอร์ดในรถยนต์ เมื่อสินค้าและนวัตกรรมใหม่ๆ ออกสู่ตลาด ผู้ใช้ก็ต้องการที่จะใช้งานสินค้าเหล่านั้น ความคาดหวังที่เพิ่มมากขึ้นของผู้บริโภคส่งผลให้ประสบการณ์กลายเป็นหัวใจสำคัญสำหรับทุกสิ่งๆ นำเสนอ

ในปี 2560 นักการตลาดจะต้องพยายามเข้าใจอย่างถ่องแท้ถึงความต้องการของลูกค้า รวมถึงประสบการณ์ที่นำเสนอผ่านแบรนด์ ลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์ต่างๆ ผ่านหลากหลายช่องทาง และนักการตลาดจะต้องเข้าใจว่าประสบการณ์นี้ส่งผลกระทบต่อสัมพันธ์ภาพโดยรวมกับลูกค้า

3. ความคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่สิ่งสูญเปล่า

ข้อมูลช่วยให้นักการตลาดสร้างผลตอบแทนการลงทุน (ROI) ที่เป็นรูปธรรม และขับเคลื่อนการเติบโตทางธุรกิจอย่างไรก็ตาม จำเป็นที่จะต้องตระหนักว่าความคิดสร้างสรรค์ยังคงมีบทบาทสำคัญ การสร้างเนื้อหาคอนเทนต์ที่น่าประทับใจและสอดคล้องกับความต้องการของแต่ละบุคคลถือเป็นกุญแจสำคัญสำหรับการมอบประสบการณ์ที่ดีเยี่ยมให้แก่ลูกค้า

ความคิดสร้างสรรค์และการมุ่งเน้นดีไซน์มีความสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จของธุรกิจ ผลการสำรวจความคิดเห็น Creative Pulse ประจำปี 2559 ของอะโดบี เน้นย้ำถึงความเชื่อมโยงระหว่างงานออกแบบที่ดีและธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ โดย 89% ของผู้ตอบแบบสอบถามในภูมิภาค APAC ระบุว่าธุรกิจของพวกเขาให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์และการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ขณะที่ 56% ของครีเอทีฟใน APAC รู้สึกว่าตนเองกำลังสร้างผลกระทบที่กว้างขวางมากขึ้นภายในองค์กร เมื่อเทียบกับสองปีที่แล้ว

ความเร็วของเนื้อหา – ในช่วงปี 2560 นักการตลาดควรให้ความสำคัญกับความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาที่ดีย่อมได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมขอบเขตกว้างขวาง โดยสิ่งสำคัญไม่ได้อยู่ที่การสร้างเนื้อหาเพิ่มมากขึ้น แต่อยู่ที่การสร้างเนื้อหาที่ดึงดูดใจและเป็นแบบเฉพาะบุคคลเพิ่มมากขึ้น

เกี่ยวกับบริษัทอะโดบี ซีเอสเอ็มส์ อินคอร์ปอเรเท็ด

อะโดบีเปลี่ยนโลกผ่านประสบการณ์ด้านดิจิทัล รายละเอียดเพิ่มเติม www.adobe.com/sea

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

###