อะโดบีจับมือคอมสกอร์ (comScore) พัฒนาวิธีการตรวจวัดผลสำหรับดิจิตอลทีวีและโฆษณา

อะโดบีจับมือคอมสกอร์ (comScore) พัฒนาวิธีการตรวจวัดผลสำหรับดิจิตอลทีวีและโฆษณา

ความร่วมมือระดับโลกช่วยให้เจ้าของเนื้อหาคอนเทนต์และบริษัทโฆษณาปรับปรุงการตรวจสอบพฤติกรรมของผู้บริโภค

กรุงเทพฯ – 24 มีนาคม 2559 – ที่การประชุม Adobe Summit อะโดบี (Nasdaq: ADBE) และคอมสกอร์ (comScore) (Nasdaq: SCOR) ประกาศความร่วมมือระดับโลกเพื่อจัดหาข้อมูลเชิงลึกใหม่ๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มเป้าหมายบนระบบดิจิตอล ความร่วมมือใหม่นี้จะรองรับการตรวจวัดผู้ชมวิดีโอและคอนเทนต์ได้อย่างสม่ำเสมอบนทุกอุปกรณ์ และจัดหาข้อมูลเชิงลึกที่เหนือชั้นเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับชมของผู้บริโภคเพื่อการวางแผนและจัดซื้อสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ภายใต้ความร่วมมือนี้ คอมสกอร์จะผนวกรวม Adobe Certified Metrics ซึ่งเป็นข้อมูลดิจิตอลมาตรฐานสำหรับการสำรวจสำมะโนประชากรที่รวมอยู่ใน Adobe Cloud Platform และขับเคลื่อนด้วย Adobe Analytics โดยรวมเข้ากับชุดผลิตภัณฑ์ Cross Media, Audience และ Advertising ของคอมสกอร์ นอกจากนี้ อะโดบีจะผนวกรวมข้อมูลผู้ชมของคอมสกอร์ เช่น ข้อมูลประชากรศาสตร์ สำหรับลูกค้าที่ใช้ Adobe Marketing Cloud

ปัจจุบัน ผู้คนรับชมเนื้อหาคอนเทนต์ผ่านอุปกรณ์หลากหลายประเภทเพิ่มมากขึ้น ขณะที่บริการดิจิตอลคอนเทนต์แบบมีค่าธรรมเนียมก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในช่วงสองปีที่ผ่านมา ยอดรับชมดิจิตอลทีวีมีจำนวนเพิ่มขึ้นสองเท่าต่อปี ตามข้อมูลดัชนีดิจิตอลของอะโดบี (Adobe Digital Index) ดัชนีชี้วัดที่รองรับการใช้งานหลายแพลตฟอร์มและเปรียบเทียบกันได้นับเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญสำหรับการปฏิรูปทางดิจิตอลในวงการโทรทัศน์ บริษัทสื่อ ผู้เผยแพร่ ผู้ให้บริการวิดีโอแบบหลายช่องสัญญาณ และบริษัทโฆษณา กำลังมองหาหนทางที่จะตรวจวัดผู้ชมเนื้อหาคอนเทนต์ และการดึงดูดของโฆษณาบนแพลตฟอร์มต่างๆ ทั้งหมดในลักษณะที่น่าเชื่อถือ คอมสกอร์และอะโดบีผนึกกำลังร่วมกันเพื่อจัดหาระบบตรวจวัดที่ไร้รอยต่อสำหรับเนื้อหาวิดีโอและโฆษณาดิจิตอลสำหรับแพลตฟอร์มยอดนิยม รวมถึงทีวี วิดีโอออนดีมานด์ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เกมคอนโซล และอุปกรณ์เชื่อมต่อ

นาย เจเรมี่ เฮลฟานด์ รองประธานฝ่าย Adobe Primetime กล่าวว่า “แบรนด์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก รวมถึงบริษัทขนาดใหญ่ที่สุด 10 บริษัทในธุรกิจสื่อมีความไว้วางใจเลือกใช้ Adobe Marketing Cloud อะโดบีมีบทบาทสำคัญในด้านเทคโนโลยีการตรวจวัดผลเกี่ยวกับผู้ชมสื่อ และเรามีความพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือเพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรค์

ที่สำคัญที่สุดของอุตสาหกรรมสื่อ ความร่วมมือนี้จะรองรับการซื้อและขายสื่อโฆษณาอย่างชาญฉลาดมากขึ้น ทั้งยังช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจที่จำเป็นสำหรับการรองรับการผนวกรวมประสบการณ์สื่อทั่วไปและประสบการณ์ดิจิตอลเข้าด้วยกัน”

ความร่วมมือระหว่างอะโดบีและคอมสกอร์จะช่วยให้นักการตลาดทั่วโลกได้รับทราบข้อมูลเชิงลึกที่น่าเชื่อถือ รวมถึงดัชนีชี้วัดที่สำคัญเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่มีการเริ่มวิดีโอ ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการรับชม และอัตราการดึงดูดผู้ชมโฆษณา เพื่อปรับปรุงแคมเปญโฆษณา และเพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมโดยครอบคลุมทั้งทีวีและช่องทางดิจิตอล บริษัทสื่อโฆษณาจะสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลเชิงลึกที่ปรับปรุงดีขึ้น เพื่อปรับปรุงการคาดการณ์เกี่ยวกับประสิทธิภาพของเนื้อหาคอนเทนต์ โดยครอบคลุมหลากหลายแพลตฟอร์มและเซ็กเมนต์กลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง

นาย เซอร์เก้ มัททา ซีอีโอของคอมสกอร์ กล่าวว่า “คอมสกอร์ปฏิวัติระบบตรวจวัดที่ครอบคลุมหลายแพลตฟอร์ม โดยนำเสนอดัชนีชี้วัดที่เป็นอิสระและเชื่อถือได้อย่างที่เจ้าของคอนเทนต์และบริษัทโฆษณามองหามานาน ข้อมูลจำนวนมหาศาลในระดับของการสำรวจสำมะโนประชากรมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดหาข้อมูลการตรวจวัดที่ละเอียดและสามารถนำไปใช้งานในทางปฏิบัติ โดยครอบคลุมอุปกรณ์หลากหลายประเภท การร่วมมือกับอะโดบีในครั้งนี้จะช่วยให้เราสามารถนำเสนอข้อมูลเชิงลึกที่มีความแม่นยำมากยิ่งขึ้นให้แก่ลูกค้าของเราในเรื่องที่เกี่ยวกับการโต้ตอบระหว่างผู้บริโภคกับเนื้อหาคอนเทนต์และโฆษณา เช่น เกิดขึ้นเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ข้อมูลดังกล่าวจะช่วยให้ลูกค้าของเราสามารถทำการตัดสินใจซื้อสื่อได้อย่างชาญฉลาดมากขึ้น โดยนอกจากจะอ้างอิงข้อมูลอายุและเพศของผู้ชมแล้ว ยังสามารถอ้างอิงข้อมูลประชากรศาสตร์ระดับสูงได้อีกด้วย”

การผนวกรวมข้อมูลผู้ชมของคอมสกอร์เข้ากับ Adobe Marketing Cloud จะช่วยให้สามารถทำการปรับแต่งเพิ่มเติมเกี่ยวกับเซ็กเมนต์กลุ่มผู้ชมสำหรับแคมเปญการตลาดแบบเจาะจงเป้าหมาย รวมถึงอีเมล วิดีโอ จอแสดงผล และโฆษณาในหน้าผลลัพธ์การค้นหา นอกจากนี้ ลูกค้าของอะโดบีจะสามารถคาดการณ์ได้ว่าเนื้อหาคอนเทนต์ด้านการตลาดมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใดสำหรับเซ็กเมนต์กลุ่มผู้ชมที่เฉพาะเจาะจง

อ่านข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับความร่วมมือครั้งนี้บนบล็อกของอะโดบี และคอมสกอร์

คำกล่าวของลูกค้า

นาง คอลลีน ฟาเฮย์ รัช รองประธานบริหาร ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายวิจัยของ Viacom Media Networks กล่าวว่า “เราทราบว่าผู้บริโภครับชมทีวีบนทุกหน้าจอและทุกแพลตฟอร์ม และระบบตรวจวัดสามารถบันทึกกิจกรรมดังกล่าว แต่ก็ยังคงซับซ้อนอย่างมาก” “ความร่วมมือระหว่างคอมสกอร์กับอะโดบี และความร่วมมือระหว่าง Viacom กับคอมสกอร์ นับเป็นชัยชนะสำหรับอุตสาหกรรมโดยรวม เพราะจะช่วยเปิดโอกาสและพัฒนาการใช้งานข้อมูลขั้นสูงอย่างมีประสิทธิภาพ”

นายมาร์ค เดอบีวัวส์ รองประธานบริหารและผู้จัดการทั่วไปฝ่าย CBS Digital Media ของ CBS Interactive กล่าวว่า “แพลตฟอร์มดิจิตอลคือปัจจัยสำคัญสำหรับการเติบโตในช่วงทศวรรษหน้า และช่วยผลักดันฐานผู้ชมสำหรับบริการของเรา รวมถึงบริการ CBS All Access และ CBSN ความร่วมมือระหว่างคอมสกอร์และอะโดบีช่วยยกระดับอุตสาหกรรมสู่การตรวจวัดผลแบบครบวงจรที่ครอบคลุมหลากหลายแพลตฟอร์ม โดยจะช่วยให้เราสามารถตรวจสอบผู้ชมผ่านหน้าจอหลากหลายประเภทได้อย่างเหมาะสม และช่วยให้บริษัทโฆษณาสามารถนำเสนอแคมเปญที่มีการปรับปรุงข้อมูลผ่านอุปกรณ์ที่หลากหลาย”

นาง เคท เซอร์คิน รองประธานบริหาร ผู้อำนวยการระดับโลก ฝ่ายโซลูชั่นผู้ชมและการตรวจวัดของ Starcom MediaVest Group กล่าวว่า “การทำงานร่วมกันในลักษณะเช่นนี้จะช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถของเราในการใช้ประโยชน์จากพลังของข้อมูลและเทคโนโลยี เพื่อสร้างแบรนด์โดยอาศัยสื่อรูปแบบใหม่ที่ขับเคลื่อนการขยายธุรกิจโดยตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรับปรุงเทคโนโลยีการติดแท็กข้อมูลโดยครอบคลุมระบบนิเวศน์ทั้งหมดจะช่วยให้เราสามารถระบุคุณค่าของช่องทางการสื่อสารหลากหลายประเภท รวมถึงการผนวกรวมข้อมูลเข้าด้วยกัน ยิ่งไปกว่านั้น ความร่วมมือในครั้งนี้จะช่วยให้เราสามารถประเมินเซ็กเมนต์ใหม่ๆ ของผู้ชม โดยอ้างอิงคุณลักษณะต่างๆ เช่น พฤติกรรมการใช้สื่อและอี-คอมเมิร์ซของผู้บริโภค”

นายเกร็ก ดินส์มอร์ ผู้อำนวยการฝ่ายข้อมูลดิจิตอลเชิงลึกและการตรวจวัดบนหลายแพลตฟอร์มของ Rogers Communications กล่าวว่า “เราจำเป็นที่จะต้องสามารถแสดงให้ผู้ลงโฆษณาเห็นว่าผู้ชมบนหน้าจอหลากหลายประเภทมีพฤติกรรมการบริโภคเนื้อหาคอนเทนต์ในลักษณะใดบ้าง เพื่อให้เราสามารถสร้างรายได้จากคอนเทนต์ระดับพรีเมียมของเราในทุกๆ ที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อะโดบีและคอมสกอร์เป็นบริษัทชั้นนำระดับโลก และเรามุ่งหวังที่จะทำงานร่วมกับบริษัททั้งสองเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการตรวจวัดและการสร้างรายได้จากกลุ่มผู้ชมของเราบนหน้าจอหลากหลายประเภท”

เกี่ยวกับ Adobe Analytics, Adobe Primetime และ Adobe Audience Manager
Adobe Analytics เป็นระบบวิเคราะห์ข้อมูลที่รวมอยู่ใน Adobe Marketing Cloud โดยทำหน้าที่ตรวจวัดข้อมูลการเรียกใช้เซิร์ฟเวอร์เกือบ 8 ล้านล้านรายการในแต่ละปี ทั้งยังเป็นโซลูชั่นการวิเคราะห์ข้อมูลระดับองค์กรที่ก้าวล้ำที่สุดและมียอดจำหน่ายสูงสุด ได้รับการใช้งานอย่างสม่ำเสมอโดยนักการตลาดและนักวิเคราะห์ข้อมูลกว่า 140,000 คนเพื่อให้เข้าใจธุรกิจได้ดียิ่งขึ้น แบรนด์สำคัญๆ รวมถึงบริษัทสื่อที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลกทั้ง 10 บริษัทไว้วางใจเลือกใช้ Adobe Analytics อยู่ในปัจจุบัน ส่วน Adobe Primetime ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มทีวีแบบมัลติสกรีนชั้นนำ ทำหน้าที่ผสานรวมการเผยแพร่วิดีโอ การสร้างรายได้ และการปกป้องคอนเทนต์อย่างครบวงจร โดยได้รับการใช้งานโดย NBC Sports, Comcast, Turner Broadcasting, Time Warner Cable และบริษัทอื่นๆ ทั่วโลก ขณะที่ Adobe Audience Manager ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มการจัดการข้อมูลชั้นนำของอุตสาหกรรม ช่วยให้ลูกค้าผนวกรวมชุดข้อมูลที่แยกกระจัดกระจาย และสร้างกลุ่มผู้ชมที่แตกต่าง เพื่อกลั่นกรองข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า และปรับแต่งประสบการณ์ผู้ใช้ผ่านหลากหลายช่องทาง

Adobe Analytics, Adobe Primetime และ Adobe Audience Manager เป็น 3 ใน 8 โซลูชั่นบน Adobe Marketing Cloud ซึ่งรองรับธุรกรรมกว่า 41 ล้านล้านรายการต่อปี และได้รับการใช้งานโดย 2 ใน 3 ของบริษัทชั้นนำระดับโลกที่ติดอันดับ Fortune 50

เกี่ยวกับบริษัทอะโดบี ซีสเต็มส์ อินคอร์เปอร์เรทเต็ด
อะโดบีเปลี่ยนโลกผ่านประสบการณ์ด้านดิจิตอล รายละเอียดเพิ่มเติม www.adobe.com/sea

กลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อะโดบีในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สามารถติดต่อกับทีมงานของอะโดบี และบุคลากรด้านครีเอทีฟผ่าน Facebook ได้โดยตรง เพื่อรับทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหว ข้อมูลอัพเดต และโปรโมชั่นได้ที่ http://facebook.com/AdobeSEA

เกี่ยวกับคอมสกอร์
คอมสกอร์ อิงค์ (comScore, Inc.) (NASDAQ: SCOR) เป็นบริษัทชั้นนำที่ให้บริการตรวจวัดผลบนหลากหลายแพลตฟอร์ม โดยดำเนินการตรวจวัดกลุ่มผู้ชม แบรนด์ และพฤติกรรมของผู้บริโภคในทุกๆ ที่ได้อย่างแม่นยำ คอมสกอร์ได้ควบรวมกิจการกับ เรนแทร็ก คอร์ปอเรชั่น (Rentrak Corporation) เมื่อเดือนมกราคม 2559 เพื่อสร้างโมเดลใหม่สำหรับโลกที่มีการใช้งานหลากหลายแพลตฟอร์ม ด้วยนวัตกรรมและความแม่นยำ ฐานข้อมูลที่เหนือชั้นของเราผสานรวมข้อมูลข่าวกรองทางด้านดิจิตอล ทีวี และภาพยนตร์ เข้ากับข้อมูลประชากรศาสตร์จำนวนมหาศาล เพื่อประเมินพฤติกรรมของผู้บริโภคบนหลากหลายหน้าจอในขอบเขตที่กว้างขวาง แนวทางนี้ช่วยให้บริษัทสื่อสามารถสร้างรายได้ที่เป็นรูปธรรมจากผู้ชมทุกกลุ่ม และช่วยให้นักการตลาดเข้าถึงกลุ่มผู้ชมเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยลูกค้ากว่า 3,200 ราย และการดำเนินงานในกว่า 75 ประเทศทั่วโลก คอมสกอร์กำลังสร้างอนาคตใหม่ของบริการตรวจวัดผล ดูข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับบริษัทฯ ได้ที่ comscore.com

คำเตือนเกี่ยวกับข้อความที่คาดการณ์ถึงอนาคต
ข่าวประชาสัมพันธ์นี้ประกอบด้วยข้อความที่คาดการณ์ถึงอนาคตตามความหมายในมาตรา 27A ของกฎหมายว่าด้วยหลักทรัพย์ ฉบับปี 1933 และมาตรา 21E ของกฎหมายว่าด้วยตลาดหลักทรัพย์ ฉบับปี 1934 รวมถึงแต่ไม่จำกัดความคาดหวังเกี่ยวกับผลกระทบและประโยชน์ที่จะได้รับจากความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ระหว่างคอมสกอร์และอะโดบี ทั้งด้านการเงินและด้านอื่นๆ ข้อความเหล่านี้เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนที่อาจทำให้ผลลัพธ์ที่แท้จริงแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงแต่ไม่จำกัดเฉพาะคุณสมบัติและลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ อัตราของการพัฒนาข้อมูลข่าวกรองด้านการตลาดดิจิตอล การโฆษณาบนอินเทอร์เน็ต และตลาดอี-คอมเมิร์ซ การเติบโตของอินเทอร์เน็ตในฐานะสื่อสำหรับการค้า เนื้อหาคอนเทนต์ โฆษณาและการสื่อสาร และการยอมรับผลิตภัณฑ์และวิธีการใหม่ๆ โดยอุตสาหกรรม รวมถึงลูกค้าที่มีอยู่และกลุ่มเป้าหมาย

สำหรับรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องนี้ รวมถึงปัจจัยเสี่ยงอื่นๆ โปรดดูรายงานรายไตรมาสฉบับล่าสุดของคอมสกอร์บน Form 10-Q, รายงานประจำปีบน Form 10-K และเอกสารอื่นๆ ที่นำส่งแก่คณะกรรมการกำกับดูแลหลักทรัพย์และ

ตลาดหลักทรัพย์ (“SEC”) ซึ่งมีอยู่บนเว็บไซต์ของ SEC (http://www.sec.gov)

ผู้ถือหุ้นคอมสกอร์ไม่ควรไว้วางใจอย่างไม่สมเหตุสมผลต่อข้อความที่คาดการณ์ถึงอนาคต ซึ่งอ้างอิงข้อเท็จจริง ณ วันที่มีการเผยแพร่ข้อความ คอมสกอร์ไม่มีข้อผูกพันใดๆ ในการอัพเดตข้อความที่คาดการณ์ถึงอนาคต เพื่อสะท้อนถึงเหตุการณ์ สภาวะแวดล้อม หรือข้อมูลใหม่ๆ หลังจากวันที่เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์นี้ หรือเพื่อสะท้อนถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดคิด

###