

# อะโดบีปฏิวัติระบบคอนเทนต์อัจฉริยะ มอบ

## ประสบการณ์ที่เหนือชั้นสำหรับลูกค้า



อะโดบีปฏิวัติระบบคอนเทนต์อัจฉริยะ มอบประสบการณ์ที่เหนือชั้นสำหรับลูกค้า

เทคโนโลยีใหม่ Adobe Sensei และการทำงานระหว่างระบบคลาวด์ใน Adobe Experience Cloud แก้ปัญหาช่องว่างทางด้านข้อมูลและคอนเทนต์

กรุงเทพฯ – 15 กุมภาพันธ์ 2561 – ผลการศึกษาล่าสุดของอะโดบี (Nasdaq:ADBE) เกี่ยวกับผู้บริโภคในสหรัฐฯ ระบุว่าผู้คนใช้เวลาโดยเฉลี่ย 7.8 ชั่วโมงต่อวันในการใช้งานเนื้อหาดิจิทัลคอนเทนต์ และตัวเลขดังกล่าวเพิ่มเป็น 11.1 ชั่วโมงต่อวันสำหรับวัยรุ่น แปรนตร์ต่างๆ จำเป็นที่จะต้องสร้าง ปรับใช้ และเผยแพร่ซ้ำสำหรับเนื้อหาคอนเทนต์ที่น่าสนใจในอัตราที่รวดเร็วมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อดึงดูดผู้บริโภค ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายเลยแม้แต่น้อย เพื่อแก้ไขปัญหาท้าทายดังกล่าว อะโดบีจึงได้นำเสนอการผนวกรวมที่กลมกลืนและเวิร์กโฟลว์ที่ไร้รอยต่อระหว่างครีเอทีฟ นักการตลาด และนักวิเคราะห์ข้อมูลใน Adobe Experience Manager ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Adobe Marketing Cloud ใน Adobe Experience Cloud ความก้าวหน้าที่ดังกล่าวจะช่วยให้แปรนตร์ต่างๆ เข้าถึงผู้บริโภคผ่านอุปกรณ์และช่องทางที่หลากหลายได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ Adobe Sensei ซึ่งเป็นเทคโนโลยี AI และ Machine Learning ของอะโดบี จะรองรับระบบงานอัตโนมัติสำหรับการเผยแพร่เนื้อหาคอนเทนต์แบบเฉพาะบุคคล ช่วยให้นักการตลาดทำงานได้อย่างชาญฉลาดและรวดเร็วมากขึ้น วิธีการใหม่ๆ ในการดึงคอนเทนต์จาก Adobe Creative Cloud ไปยัง Marketing Cloud ทันทีจะช่วยให้แปรนตร์ต่างๆ สามารถผนวกรวมเนื้อหาคอนเทนต์และข้อมูลได้อย่างใกล้ชิดมากขึ้น พร้อมทั้งนำเสนอประสบการณ์ที่ราบรื่นไร้รอยต่ออย่างแท้จริง

นายอาซิม จันทรา รองประธานอาวุโส ฝ่ายการตลาดเชิงกลยุทธ์ด้านประสบการณ์ดิจิทัลของอะโดบี กล่าวว่า “คอนเทนต์จะมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการสร้างความภักดีต่อแปรนตร์ โดยจะต้องอาศัยการออกแบบที่ดีเยี่ยม และการปรับแต่งให้สอดคล้องกับรสนิยมและความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ความสามารถใหม่ๆ ทางด้านคอนเทนต์ที่เราเปิดตัวในวันนี้จะช่วยให้แปรนตร์ต่างๆ สามารถนำเสนอประสบการณ์ดิจิทัลที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและผสมรวมคอนเทนต์และข้อมูลเข้าด้วยกันอย่างเหนือชั้น”

ความสามารถใหม่ๆ ด้านคอนเทนต์อัจฉริยะของ Experience Manager จะพร้อมใช้งานในเดือนมีนาคม และจะช่วยให้นักการตลาดสามารถ:

- ค้นหารูปภาพอย่างชาญฉลาด: สมาร์ทแท็ก (Smart Tag) ช่วยให้นักการตลาดค้นหารูปภาพที่เกี่ยวข้องได้อย่าง

จับใจ ความสามารถนี้ใช้ประโยชน์จากอัลกอริทึมเพื่อใส่คีย์เวิร์ดคำอธิบายข้อมูลโดยอัตโนมัติ ซึ่งสามารถฝึกสอน อัลกอริทึมนี้ได้อย่างง่ายดายเพื่อให้รู้จักคุณลักษณะของรูปภาพของบริษัท และใส่ค่าแท็กที่เกี่ยวข้อง เมื่อไลบรารีและ คลังข้อมูลของแบรนด์ขยายใหญ่ขึ้น Adobe Sensei ก็จะเรียนรู้และจดจำคุณลักษณะของภาพที่เฉพาะเจาะจง สำหรับธุรกิจได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

- ปรับแต่งคอนเทนต์เฉพาะบุคคลโดยอัตโนมัติ: นักการตลาดสามารถนำเสนอคอนเทนต์ที่ปรับเปลี่ยนอย่างชาญฉลาดตามพฤติกรรมและช่องทางการใช้งานของผู้บริโภคแต่ละคน โดยอาศัยความสามารถใหม่ๆ ด้านการปรับแต่งแบบเฉพาะบุคคล เทคโนโลยี Adobe Sensei ช่วยให้ฟีเจอร์ Smart Layout สามารถสร้างเลย์เอาต์และแอสเซ็ท (Asset) ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดสำหรับลูกค้าเป้าหมายแต่ละราย ตัวอย่างเช่น ร้านอาหารสามารถนำเสนอรูปภาพเมนู และข้อเสนอที่แตกต่างกันโดยอัตโนมัติให้แก่ลูกค้าที่รับประทานอาหารมังสวิรัตหรือมีอาการแพ็กูเตน ประสบการณ์ใหม่ๆ ที่สิ้นไหลผสานรวมความสามารถของ Experience Manager ในการนำเสนอคอนเทนต์ผ่านหลากหลายช่องทางการตลาด โดย Adobe Target ทำหน้าที่ปรับแต่งให้เข้ากับแต่ละบุคคล และปรับเปลี่ยนข้อความตามสถานการณ์ที่เฉพาะเจาะจงโดยอัตโนมัติ ตัวอย่างเช่น ศูนย์การค้าอาจส่งอีเมลถึงลูกค้าเพื่อโปรโมตการเปิดสาขาแห่งใหม่ โดยใช้คำเชิญที่สอดคล้องกับบุคคลนั้นๆ เพื่อกระตุ้นให้เข้าร่วมงานเปิดตัว พร้อมทั้งมอบข้อเสนอที่โดนใจ เนื้อหาเดียวกันนี้สามารถใช้งานได้สำหรับเฟซบุ๊กและโมบายล์แอปของทางศูนย์การค้า

- ปรับแต่งรูปภาพอย่างชาญฉลาดสำหรับหน้าจอที่แตกต่างกัน: ด้วยฟีเจอร์อัจฉริยะ Dynamic Media นักการตลาดจะสามารถทำงานเป็นชุดในแบบอัตโนมัติ และนำเสนอประสบการณ์แก่ลูกค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้ Smart Imaging จะตรวจจับอุปกรณ์และแบนด์วิธที่พร้อมใช้งานโดยอัตโนมัติ และลดขนาดไฟล์ของรูปภาพได้มากถึง 70 เปอร์เซ็นต์ เพื่อให้รูปภาพถูกโหลดได้อย่างรวดเร็วและราบรื่น โดยไม่สูญเสียคุณภาพของรูปภาพ ส่วน Smart Crop ใช้ Adobe Sensei เพื่อตรวจจับและครอบตัดจุดโฟกัสในรูปภาพ และบันทึกส่วนโฟกัสที่ต้องการ ไม่ว่าหน้าจอจะมีขนาดเท่าใดก็ตาม ตัวอย่างเช่น ภายใน Smart Crop นักการตลาดจะสามารถค้นหาและสร้างตัวอย่างที่มีคุณภาพสูงจากภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อแสดงสีหรือพื้นผิว

- ปรับเปลี่ยนแบบฟอร์มเพื่อประสบการณ์ที่ดีกว่า: การกรอกแบบฟอร์มสำหรับการลงทะเบียนอาจเสริมสร้างหรือทำลายประสบการณ์และความประทับใจของลูกค้า ฟีเจอร์การแปลงแบบฟอร์มอัตโนมัติ (Automated Forms Conversion) จะช่วยให้องค์กรสามารถระบุฟิลด์ป้อนข้อมูลได้โดยอัตโนมัติ และเปลี่ยนแปลงฟิลด์ดังกล่าวได้อย่างรวดเร็วจากแบบฟอร์ม PDF ทั่วไป เพื่อมอบประสบการณ์โมบายล์ที่ยอดเยี่ยม และลดโอกาสที่ลูกค้าจะรู้สึกหงุดหงิดและยกเลิกการกรอกแบบฟอร์ม

การผนวกรวมใหม่ๆ ระหว่าง Marketing Cloud และ Creative Cloud ในปี 2561 จะผสานรวมเวิร์กโฟลว์ของทีมงานครีเอทีฟและฝ่ายการตลาดให้สอดคล้องกัน:

- เข้าถึงแอสเซ็ทที่เก็บไว้ใน Experience Manager จากภายในแอป Creative Cloud ได้ง่ายขึ้น: ทุกวันนี้ ในการค้นหา ปรับเปลี่ยน และตรวจสอบแอสเซ็ทขององค์กร บุคลากรด้านครีเอทีฟและนักการตลาดจำเป็นต้องสลับไปมาระหว่างโซลูชันต่างๆ ด้วยเหตุนี้ เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการประสานงานร่วมกัน อะโดบีจึงนำเสนอเทคโนโลยีที่

ช่วยให้ทีมงานครีเอทีฟสามารถค้นหาแอสเซ็ทแบบดิจิทัลที่ต้องการใน Experience Manager Assets จากภายในโปรแกรม Adobe Photoshop CC, Adobe Illustrator CC และ Adobe InDesign CC ผ่านพีเจอร์การค้นหาที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ครีเอทีฟยังสามารถทำงานร่วมกันบนระบบคลาวด์ โดยไม่ต้องออกจากโปรแกรมด้านครีเอทีฟที่กำลังใช้งานอยู่ ด้วยเหตุนี้ แปรนต์ต่างๆ จึงสามารถใช้งานแอสเซ็ทต่างๆ บนโซลูชันการจัดการคอนเทนต์ระดับชั้นนำของอุตสาหกรรม

- ใช้คอนเทนต์ 3 มิติ และคอนเทนต์ Adobe Stock จาก Creative Cloud: เพื่อให้ นักการตลาดสามารถสร้างและปรับเปลี่ยนจุดประสงค์การใช้งานของแบบจำลอง 3 มิติได้อย่างง่ายดาย เพื่อนำเสนอประสบการณ์ใหม่ๆ ที่น่าดึงดูดใจออกสู่ตลาดได้รวดเร็วมากขึ้น อะโดบีจึงผนวกรวม Experience Manager เข้ากับ Adobe Dimension CC โดย นักการตลาดจะสามารถใช้ประโยชน์จากเนื้อหาคอนเทนต์ 3 มิติที่ออกแบบไว้ใน Creative Cloud และเปลี่ยนให้กลายเป็นแอสเซ็ทด้านการตลาด ตัวอย่างเช่น ผู้ผลิตรถยนต์สามารถอัปโหลดแบบจำลอง 3 มิติของรถยนต์ใน Experience Manager ทำการปรับเปลี่ยนต่างๆ เช่น เปลี่ยนสี และแปลงแบบจำลองให้กลายเป็นรูปภาพ แต่ละรูปภาพที่ถูกแปลงจะสามารถบันทึกเป็นแอสเซ็ทด้านการตลาดโดยใช้เวลาไม่กี่นาที จึงสามารถข้ามขั้นตอนของการถ่ายภาพที่จะต้องเสียค่าใช้จ่ายจำนวนมาก นอกจากนี้ Experience Manager ยังเชื่อมต่อกับ Adobe Stock จึงช่วยให้นักการตลาดสามารถดึงรูปภาพจาก Stock และเผยแพร่ผ่านหลากหลายช่องทาง

Experience Manager ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Adobe Experience Cloud ได้รับการใช้งานอย่างแพร่หลายโดยองค์กรขนาดใหญ่และแบรนด์ขนาดกลางอย่างเช่น Hyatt, Mastercard, Nissan, Informatica, Philips, Manulife, Morningstar, Progrexion, UBS, Constellation Energy Group, Qantas Airlines และ T-Mobile อะโดบีมีความเป็นผู้นำในด้านการจัดการคอนเทนต์ทั้งทางคู่แข่ง (ดูการจัดอันดับความเป็นผู้นำจากการ์ทเนอร์ (Gartner) และฟอเรสเตอร์ รีเสิร์ช (Forrester Research)) Experience Manager ผนวกรวมเข้ากับ Creative Cloud เพื่อจัดการเวิร์กโฟลว์ของคอนเทนต์และแอสเซ็ทในวงกว้างอย่างไร้รอยต่อ และผนวกรวมเข้ากับ Adobe Document Cloud เพื่อแปลงเวิร์กโฟลว์เอกสารให้เป็นรูปแบบดิจิทัล นอกจากนี้ การผนวกรวมเข้ากับ Adobe Analytics และ Adobe Target จะให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมของลูกค้า และรองรับการปรับแต่งคอนเทนต์ให้เป็นแบบเฉพาะบุคคล

แหล่งข้อมูลเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์:

- วิดีโอเกี่ยวกับความสามารถใหม่ๆ ทางด้านคอนเทนต์ของ Adobe Experience Manager
- บล็อกโพสต์ของอะโดบี จากโลนี สตาร์ก เกี่ยวกับความสามารถใหม่ๆ ทางด้านคอนเทนต์ของ Adobe Experience Manager
- โพสต์ของ CMO.com เกี่ยวกับข้อมูลที่อะโดบีได้รับจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคในเรื่องคอนเทนต์

เกี่ยวกับอะโดบี

อะโดบีเปลี่ยนโลกผ่านประสบการณ์ด้านดิจิทัล รายละเอียดเพิ่มเติม [www.adobe.com/sea](http://www.adobe.com/sea)

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

###