

อะโดบีเปิดตัวแพลตฟอร์มโฆษณาแบบตัดสินใจ อัตโนมัติที่ล้ำหน้าที่สุดในวงการ



อะโดบีเปิดตัวแพลตฟอร์มโฆษณาแบบตัดสินใจอัตโนมัติที่ล้ำหน้าที่สุดในวงการ

การผสมรวมกันของเทคโนโลยีที่แตกต่างกันในปัจจุบันทำให้สามารถสร้างความเป็นส่วนตัว, ความโปร่งใส และความเร็วในการค้นหาได้อย่างไม่มีใครเทียบเคียง

กรุงเทพฯ – 29 ตุลาคม 2558 – วันนี้อะโดบี (Nasdaq:ADBE) ได้ประกาศเปิดตัวแพลตฟอร์มโฆษณาแบบตัดสินใจอัตโนมัติ (Programmatic Advertising Platform) ที่เหนือล้ำที่สุดในวงการสำหรับเหล่านักโฆษณาและผู้เผยแพร่สื่อ ซึ่งเป็นการทำให้ Adobe Marketing Cloud นั้นได้ถูกยกระดับความสามารถในการผสมรวมโซลูชันต่างๆ เข้าด้วยกันขึ้นไปอีกขั้นหนึ่ง ทั้งนี้ด้วย Adobe Media Optimizer ก็ทำให้เทคโนโลยีแบบ “บริการตัวเอง (self-service)” ใหม่ล่าสุดนี้เปิดให้นักโฆษณาทำการควบคุมการซื้อโฆษณาผ่านการค้นหา, ช่องแสดงโฆษณา และสื่อเครือข่ายสังคมผ่านระบบแลกเปลี่ยนโฆษณาและเครือข่ายสื่อจากพาร์ทเนอร์อย่าง Google, Facebook, Yahoo, Rubicon Project, Index Exchange และอื่นๆ ได้เองโดยตรงเป็นครั้งแรก ที่ผ่านมานักโฆษณานั้นต้องเผชิญกับปัญหาในกระบวนการการซื้อโฆษณาแบบตัดสินใจอัตโนมัติที่หลากหลายและขาดความโปร่งใสมาอย่างต่อเนื่อง แพลตฟอร์มใหม่ล่าสุดนี้จะทำให้เกิดความโปร่งใสในค่าใช้จ่ายของสื่อ, ประสิทธิภาพของโฆษณา และรายรับ พร้อมทั้งทำให้มีข้อตกลงกับลูกค้าได้ว่าจะไม่เกิดการค้ำกำไรเกินควรหรือค่าใช้จ่ายแอบแฝง การผสมการทำงานร่วมกับ Adobe Analytics และ Adobe Audience Manager ก็ทำให้ให้แน่ใจได้ว่านักโฆษณาจะสามารถนำข้อมูลออกมาวิเคราะห์และพุ่งเป้าการโฆษณาไปยังกลุ่มผู้ชมที่เจาะจงได้ อีกทั้งความสามารถในการสร้างสรรค์อย่างมีชีวิตชีวาที่จะทำให้นักโฆษณาสามารถใช้รูปภาพ, วิดีโอ และสื่ออื่นๆ จาก Adobe Creative Cloud ในการนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมต่อผู้ฟังในเวลาที่ใช้ได้อีกด้วย

นอกจากการเปิดตัวแพลตฟอร์มโฆษณาแบบตัดสินใจอัตโนมัติต่อเหล่านักโฆษณาในวันนี้แล้ว อะโดบีก็ยังประกาศเปิดตัวระบบโฆษณาแบบตัดสินใจอัตโนมัติสำหรับผู้เผยแพร่สื่อด้วยเช่นกัน Adobe Primetime ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มโทรทัศน์ของ Adobe ที่ช่วยให้ช่องต่างๆ และผู้ให้บริการดูโทรทัศน์แบบมีค่าใช้จ่ายสามารถนำเสนอและสร้างรายได้จากการรับชมโทรทัศน์ผ่านหน้าจอที่หลากหลายนั้น ก็สามารถเปิดให้ผู้ขายสื่อสร้างรายรับจากคลังของโฆษณาวิดีโอที่มีอยู่ให้สูงสุดได้ด้วยค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมที่สุดสำหรับหน้าจอแต่ละชนิด ผู้กระจายเนื้อหาต่างๆ นั้นก็จะถูกเชื่อมโยงเข้ากับผู้ซื้อโฆษณาหลายรายยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้ชมที่มีจำนวนมากขึ้นได้ และด้วยการตรวจสอบผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชมจาก Adobe Audience Manager ก็ทำให้ Adobe Primetime ช่วยให้การขายโฆษณาโดยตรง

แบบพรีเมียมสามารถอ้างอิงกับข้อมูลที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้นได้ ส่งผลให้สามารถทำการทำนายได้อย่างแม่นยำสูงสุด และปรับปรุงประสิทธิภาพของโฆษณาให้ดีที่สุดได้ ความสามารถในการทำโฆษณาแบบตัดสินใจอัตโนมัติใน Adobe Primetime นี้เปิดให้ทดสอบใช้งานได้ในแบบ beta แล้ววันนี้

“ความโปร่งใสเป็นกุญแจหลักสู่ความสำเร็จในโลกของโฆษณาแบบตัดสินใจอัตโนมัติที่การซื้อและขายโฆษณาแบบดิจิทัลเป็นไปอย่างอัตโนมัติ แต่นักโฆษณานั้นก็มีความต้องการที่มากขึ้นไปกว่าข้อมูลที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลานั้น ไม่ว่าจะเป็นการใช้จ่ายและความคุ้มค่าของแคมเปญ ซึ่งอะโดบีสามารถตอบโจทย์เหล่านั้นได้” จัสติน เมอริเคล ผู้ดำรงตำแหน่งผู้กำกับอาวุโสฝ่ายโซลูชันการโฆษณาแห่งอะโดบีกล่าว “ด้วยมูลค่าของการโฆษณาแบบตัดสินใจอัตโนมัติทั่วโลกที่คาดว่าจะเติบโตถึง 53,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 20181 อะโดบีเป็นบริษัทแรกๆ ที่ทำการผสมรวมเทคโนโลยีที่แตกต่างเหล่านี้เข้าด้วยกัน และนำเสนอความสามารถในการโฆษณาแบบตัดสินใจอัตโนมัตินี้เป็นแพลตฟอร์มกลางได้สำเร็จ”

“อะโดบีกำลังมุ่งเป้าความสนใจไปยังปัญหาหลักบางส่วนของวงการที่มีแพลตฟอร์มโฆษณาแบบตัดสินใจอัตโนมัติ ที่เกิดขึ้นเทคโนโลยีที่ใช้ในการเชื่อมต่อระหว่างกัน และการเก็บข้อมูลในแต่ละระบบแยกขาดจากกัน เพื่อทำการแก้ไขปัญหาเหล่านี้ให้รองรับผู้ใช้งานจำนวนมากและเกิดความโปร่งใสในช่องทางของการทำแคมเปญที่หลากหลาย” สตีเฟน เบรินเจอร์ ผู้ดำรงตำแหน่ง CEO แห่ง VivaKi Operating System (VOS) กล่าว “การติดตามว่าโฆษณาดิจิทัลถูกนำเสนอเมื่อไหร่, ที่ไหน และอย่างไรนั้นยากขึ้นเรื่อยๆ แต่นักการตลาดก็มีความต้องการที่จะตรวจสอบมากขึ้นเรื่อยๆ เราแบ่งปันข้อตกลงของ Adobe ในการทำโฆษณาแบบตัดสินใจอัตโนมัติที่ทั้งโปร่งใสและตรวจสอบได้ และความสัมพันธ์ในระดับ Always On ของเราก็ได้ทำให้เราได้รับโอกาสที่มีความหมายอย่างยิ่งในการกำหนดทิศทางในอนาคต และการทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนี้”

นักโฆษณาและบริษัทตัวแทนกำลังมองหาความง่ายในโลกที่มีทั้งความหลากหลายและความซับซ้อนอย่างมหาศาล เพื่อที่จะได้บรรลุคำสัญญาที่ให้ไว้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด จุดเด่นหลักๆ ของแพลตฟอร์มนี้ได้แก่:

- Dynamic Creative Optimization (DCO) - เพื่อสร้างความดึงดูดให้แก่ผู้ใช้งาน, การบรรลุเป้าหมาย และประสบการณ์แบบผสมรวม นักโฆษณาสามารถใช้ Adobe Media Optimizer เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่เจาะจงได้ด้วยการโฆษณาที่ยืดหยุ่นและถูกปรับให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละคนได้แบบทันทีโดยอ้างอิงจากพฤติกรรมที่ผ่านมาของลูกค้ารายนั้น ด้วยการผสมรวมความสามารถ DCO ใหม่ล่าสุดนี้เข้ากับ Adobe Marketing Cloud Core Services ซึ่งรวมถึงบริการ Profile and Audiences และ Asset Sharing with Adobe Creative Cloud รวมถึงเทคโนโลยีในการปรับปรุงประสิทธิภาพฝั่งปลายทางใน Adobe Target เข้าด้วยกัน นักโฆษณาก็จะสามารถเพิ่มเนื้อหาที่เป็นเป้าหมายได้อย่างมั่นคงบนช่องทางทำการตลาดหลักที่หลากหลาย
- ความโปร่งใสและการควบคุม - การสร้างแคมเปญที่อ้างอิงจากการใช้ข้อมูลใน ณ ขณะนั้นๆ โดยเปิดให้นักโฆษณาและบริษัทตัวแทนสามารถควบคุมทุกอย่าง ช่องทางได้มากกว่าที่เป็นอยู่เดิมนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญมาก Adobe Media Optimizer เป็นตัวกลางที่น่าเชื่อถือสำหรับการสร้างความโปร่งใสทางด้านค่าใช้จ่ายของสื่อและประสิทธิภาพของโฆษณาในระดับของโดเมน ความสามารถในการทำงานร่วมกับ Integral Ad Science ที่เพิ่มมาใหม่นี้จะช่วยให้

สามารถนำเสนอโฆษณาได้อย่างชาญฉลาดยิ่งขึ้นโดยสามารถตรวจสอบ, ป้องกันการฉ้อฉล และปลอดภัยต่อแบรนด์ได้

- การรองรับผู้ใช้งานจำนวนมากและการปรับปรุงประสิทธิภาพ – นักโฆษณาสามารถเพิ่มการบรรลุเป้าหมายได้โดยการเข้าถึงผู้ชมซึ่งมีคุณค่าผ่านทางเว็บจำนวนมากด้วยการทำงานร่วมกันระหว่าง Adobe Media Optimizer กับผู้ให้บริการโฆษณาชั้นนำและคลังโฆษณาต่างๆ ซึ่งรวมถึง Google AdX, Facebook Exchange, Rubicon Project และอื่นๆ อีกมากมาย โดยระบบที่ได้รับการปรับเสริมอัลกอริทึมนี้จะอนุญาตให้แบรนด์และบริษัทตัวแทนทำการบริหารจัดการกระบวนการประมูลได้แบบทันทีโดยตรงผ่านผู้ให้บริการโฆษณาด้วยจำนวนการเข้าถึงข้อมูลมากกว่าหนึ่งล้านครั้งต่อวินาที และให้คำแนะนำในการใช้จ่ายเงินโดยอัตโนมัติ

- ลำดับการใช้งานที่ง่ายและบริการเสริมที่ยืดหยุ่น – ทั้งหมดนี้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับแคมเปญที่รวดเร็ว, แม่นยำ และปรับแต่งให้เหมาะสมกับผู้ใช้งานแต่ละคน เพื่อที่จะเชื่อมโยงโลกออนไลน์เข้ากับโลกจริง เพื่อให้การลงทุนทางโฆษณานั้นคุ้มค่าและนำเสนอโฆษณารายบุคคลได้ในความเร็วระดับมิลลิวินาที นักโฆษณาต้องการโซลูชันที่ทำงานร่วมกันได้อย่างสมบูรณ์เพื่อให้การใช้งานโซลูชันหนึ่งๆ นั้นสร้างคุณค่าเพิ่มเติมให้กับโซลูชันอื่นๆ ระบบลำดับการใช้งานในการบริหารจัดการแคมเปญได้อย่างมีประสิทธิภาพและไร้รอยต่อของ Adobe Media Optimizer ที่เลือกใช้ได้ทั้งแบบจัดการเองหรือมีบริการจัดการให้ด้วยนั้นก็สามารถปรับแต่งให้เหมาะสมกับความต้องการของแบรนด์หรือบริษัทตัวแทนได้

- มองเห็นลูกค้าได้รอบทิศแบบ 360 องศา – ข้อมูลของผู้ชมนั้นสำคัญมากกับการทำแคมเปญใดๆ ก็ตาม Adobe Media Optimizer สามารถรวมข้อมูลจากหลายๆ แหล่งเข้าด้วยกันด้วย Adobe Audience Manager เพื่อสร้างและแบ่งกลุ่มผู้ชมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้งานใน Adobe Marketing Cloud ทั้งนี้ด้วยการผสานข้อมูลโปรไฟล์ทั้งจากออนไลน์และออฟไลน์ Adobe Audience Manager และ Adobe Campaign ก็ทำให้นักการตลาดสามารถพัฒนาภาพรวมแบบครบวงจรของลูกค้าได้

“ด้วยการบริหารจัดการช่องทางการโฆษณาแบบตัดสินใจอัตโนมัติทั้งหมดของเรา (ช่องแสดงผล, การค้นหา และสื่อเครือข่ายสังคม) ภายใน Adobe Media Optimizer ทำให้เราได้รับประโยชน์การข้อมูลอันเหลือเชื่อในการจัดแบ่งกลุ่มและการกำหนดช่องทางในการบรรลุเป้าหมายสำหรับผู้ใช้งาน ซึ่งทำให้เราสามารถบริหารจัดการและใช้งบประมาณในการโฆษณาได้อย่างคุ้มค่ายิ่งขึ้น” ลาร์ธญา ฮิวคิงส์ ผู้ดำรงตำแหน่งผู้บริหารอาวุโสฝ่ายการตลาดแบบมีปฏิสัมพันธ์แห่ง Redbox กล่าว “เราได้เห็นการเติบโตเพิ่มขึ้นถึง 106 เปอร์เซ็นต์ในการใช้งบประมาณกับโฆษณาบนช่องแสดงผลด้วย Adobe Media Optimizer เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการโฆษณานบนช่องแสดงผลรายก่อน และทำให้เรามีรายรับเพิ่มมากขึ้น”

1 ที่มา: MAGNA GLOBAL. “MAGNA GLOBAL’s New Programmatic Forecasts.” Sept. 2014

<http://www.magnaglobal.com/magna-globals-new-programmatic-forecasts-global-programmatic-spend-to-reach-53bn-by-2018/>

เกี่ยวกับ Adobe Marketing Cloud

Adobe Marketing Cloud ช่วยให้องค์กรสามารถใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อเข้าถึงและดึงดูดลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างรายได้ด้วยเนื้อหาการตลาดที่ปรับแต่งเฉพาะรายบุคคลบนอุปกรณ์และจุดเชื่อมต่อดิจิทัลที่หลากหลาย ด้วย 8 โซลูชันที่ทำงานร่วมกันได้อย่างเหนียวแน่นก็ทำให้นักการตลาดมีเทคโนโลยีการตลาดที่ครบสมบูรณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูล, การบริหารจัดการประสบการณ์บนเว็บและแอป, การทดสอบและเลือกเป้าหมาย, การโฆษณา, การบริหารจัดการผู้ชม, วิดีโอ, การดึงดูดบนโซเชียล และการจัดการแคมเปญ การนำ Adobe Creative Cloud เข้ามาใช้งานร่วมด้วยนั้นก็ทำให้สามารถใช้ทรัพย์สินที่สร้างสรรค์ขึ้นมาบนช่องทางการตลาดได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย แบนด์ต่างๆ ทั่วโลกนับพันซึ่งรวมถึงสองในสามของบริษัทใน Fortune 50 ก็มีการใช้งาน Adobe Marketing Cloud อยู่

ลิงค์ที่เป็นประโยชน์

- Adobe Digital Marketing Blog Post
- About Adobe Media Optimizer
- About Adobe Audience Manager
- About Adobe Primetime

เกี่ยวกับ Adobe Systems Incorporated

อะโดบีกำลังเปลี่ยนโลกผ่านทางประสบการณ์ดิจิทัล สำหรับข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาเยี่ยมชม <http://www.adobe.com> กลุ่มผู้ใช้ผลิตภัณฑ์อะโดบีในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สามารถติดต่อกับทีมงานของอะโดบีและบุคลากรด้านครีเอทีฟผ่าน Facebook ได้โดยตรง เพื่อรับทราบข่าวคราวความเคลื่อนไหว ข้อมูลอัปเดต และโปรโมชั่นได้ที่ <http://facebook.com/AdobeSEA>