

อะโดบีเผยแพร่รายงานวิจัย: ดีไซน์และความคิด

สร้างสรรค์เสริมสร้างธุรกิจที่มุ่งเน้นประสบการณ์ลูกค้า

คำ



อะโดบีเผยแพร่รายงานวิจัย: ดีไซน์และความคิดสร้างสรรค์เสริมสร้างธุรกิจที่มุ่งเน้นประสบการณ์ลูกค้า

กรุงเทพฯ, 18 สิงหาคม 2560 – ในยุคสมัยของธุรกิจที่มุ่งเน้นประสบการณ์ของลูกค้า หรือ Experience Business การออกแบบและความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับองค์กรธุรกิจที่ต้องการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งและนำเสนอประสบการณ์ที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้า ผลการวิจัยใหม่ล่าสุดจากอะโดบีเน้นย้ำถึงบทบาทของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของการปฏิรูปธุรกิจอย่างเหนือชั้น

งานวิจัย Creative Pulse ประจำปี 2560 (2017 Creative Pulse research) ของอะโดบีสำรวจความคิดเห็นของบุคลากรด้านครีเอทีฟและการตลาดกว่า 5,000 คน และตรวจสอบบทบาทของการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ในการปฏิรูปธุรกิจทั่วภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (APAC) ตลาดที่ทำการสำรวจความคิดเห็นได้แก่ อินเดีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ เกาหลี เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ฮองกง ไต้หวัน และจีน

งานวิจัย Creative Pulse ประจำปี 2560 พบว่า การผสมรวมประสบการณ์ออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกันเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดสำหรับการขับเคลื่อนความเปลี่ยนแปลงสำหรับชุมชนครีเอทีฟ ตามมาด้วยการปรับใช้ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล และความต้องการสำหรับทักษะใหม่ๆ นอกจากนี้ งานวิจัยดังกล่าวยังระบุว่าประสบการณ์ของลูกค้าคือการลงทุนที่สำคัญที่สุดสำหรับองค์กรธุรกิจทั่วภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (APAC)

นายวีอาร์ ศรีวัตตาน, กรรมการผู้จัดการประจำภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของอะโดบี กล่าวว่า “องค์กรธุรกิจในทุกๆ ที่หันมาให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และการผสมรวมประสบการณ์แบบออนไลน์และออฟไลน์เข้าด้วยกันถือเป็นความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในแนวคิดขององค์กรต่างๆ เกี่ยวกับประสบการณ์ของลูกค้า ขณะที่หลายๆ องค์กรมุ่งเน้นการปรับปรุงการดำเนินงานและประสบการณ์ในรูปแบบดิจิทัล แต่ลูกค้าก็ยังคงคาดหวังว่าจะได้รับประสบการณ์ทางกายภาพที่ดีเช่นกัน ลูกค้าจำเป็นต้องได้รับประสบการณ์ที่น่าประทับใจในทุกขั้นตอน และทุกช่องทางของการติดต่อสื่อสารกับองค์กร ไม่ว่าจะในรูปแบบออนไลน์หรือออฟไลน์ และผลการวิจัย Creative Pulse ประจำปี 2560 ก็สะท้อนข้อเท็จจริงดังกล่าว”

ผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่

ทุกวันนี้ ประสบการณ์แบบออนไลน์และออฟไลน์ถูกผลักดันด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างเช่น Virtual Reality (VR) และ Augmented Reality (AR) ซึ่งขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence หรือ AI) รายงาน Creative Pulse ประจำปี 2560 ระบุว่า ครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ไม่ได้รู้สึกกังวลใจเกี่ยวกับเทคโนโลยี AI หรือการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) อย่างไรก็ตาม ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผู้ตอบแบบสอบถาม 64% แสดงความกังวลใจเกี่ยวกับผลกระทบของเทคโนโลยีเหล่านี้ ขณะที่ 22% ระบุว่าตนเองมีความกังวลใจอย่างมาก

“เทคโนโลยี Artificial Intelligence (AI) และ Machine Learning สามารถดำเนินกระบวนการที่จำเจโดยอัตโนมัติ และเพิ่มความคล่องตัวให้กับกระบวนการผลิตด้านครีเอทีฟ ช่วยให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องมีเวลาเพิ่มมากขึ้นในการคิดค้นไอเดียใหม่ๆ และทำงานสร้างสรรค์ เทคโนโลยีใหม่เหล่านี้ไม่ได้เข้ามาแทนที่บทบาทของการคิดสร้างสรรค์ แต่ช่วยให้บุคลากรด้านครีเอทีฟสามารถทุ่มเทเวลาและความพยายามให้กับการสร้างสรรคและการพัฒนาต่อยอดไอเดียได้อย่างเต็มศักยภาพ” นายวัวร์ ศรีวัตสาน กล่าวเพิ่มเติม

แม้ว่าบุคลากรด้านครีเอทีฟในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นกังวลว่าเทคโนโลยีใหม่จะเข้ามาแย่งงานที่ตนเองทำอยู่ แต่พวกเขาก็ไม่ได้นั่งนอนใจ กล่าวคือ 51% ของผู้ตอบแบบสอบถามมีแผนที่จะเพิ่มพูนทักษะใหม่ๆ ในด้าน Machine Learning และระบบงานอัตโนมัติ เพื่อขยายขีดความสามารถของตนเองโดยอาศัยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ นอกจากนี้ 69% ระบุว่าตนเองกำลังปรับปรุงทักษะให้ทันสมัยทุกๆ 6 เดือนถึง 1 ปี เพื่อก้าวให้ทันกับการพัฒนาอุตสาหกรรม

สรุปประเด็นสำคัญสำหรับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จากรายงาน Creative Pulse ประจำปี 2560 มีดังนี้:

- โซเชียลมีเดียเป็นการลงทุนที่สำคัญที่สุดอันดับหนึ่งสำหรับองค์กรธุรกิจในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตามมาด้วยประสบการณ์ลูกค้าและเนื้อหาคอนเทนต์
- เทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างเช่น Augmented Reality (AR) , Virtual Reality (VR) และ Machine Learning เป็นกระแสแนวโน้มที่ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงมากที่สุดสำหรับบุคลากรด้านครีเอทีฟ ตามมาด้วยผลกระทบของโซเชียลมีเดียและแพลตฟอร์มใหม่ๆ สำหรับการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย
- 54% ของผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่า ประสบการณ์ลูกค้าเป็นองค์ประกอบหลักของกลยุทธ์ขององค์กร
- 36% ของบุคลากรด้านครีเอทีฟและนักการตลาดได้ปรับใช้โปรแกรมประสบการณ์ลูกค้าเมื่อไม่นานมานี้ ขณะที่ 38% มีแผนที่จะพัฒนาโปรแกรมห่วงโซ่ลูกค้า และ 24% ไม่มีแผนที่จะนำเสนอโปรแกรมประสบการณ์ลูกค้าในช่วง 12 เดือนข้างหน้า
- บุคลากรด้านครีเอทีฟและนักการตลาดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กำลังผสมผสานรวมกระบวนการคิดเชิงออกแบบในผลงานต่างๆ: ครีเอทีฟ (64%), นักการตลาด (51%) และบุคลากรที่ทำงานด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (47%)

คอนเทนต์และโซเชียลมีเดีย

นอกจากนั้น องค์กรต่างๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กำลังลงทุนในโซเชียลมีเดียมากกว่าภูมิภาคอื่นๆ ในเอเชีย-แปซิฟิก ตามมาด้วยประสบการณ์ลูกค้าและเนื้อหาคอนเทนต์ การมุ่งเน้นแพลตฟอร์มโซเชียลดังกล่าวก่อให้เกิดโอกาสและความท้าทายมากมายในภูมิภาคนี้

“โซเชียลมีเดียมีความสำคัญอย่างมากในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยก่อให้เกิดความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างมากสำหรับเนื้อหาคอนเทนต์ต่างๆ และสร้างแรงกดดันต่อองค์กรซึ่งจะต้องพยายามก้าวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลง ผลการสำรวจชี้ให้เห็นว่า งบประมาณคือความท้าทายที่สำคัญที่สุด ตามมาด้วยความเห็นที่ขัดแย้ง และกระบวนการภายในองค์กร เพื่อก่อให้เกิดผลกระทบสูงสุดโดยใช้งบประมาณที่น้อยลง ทีมงานฝ่ายการตลาดและครีเอทีฟจำเป็นต้องใช้ประโยชน์จากข้อมูลและระบบวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ด้านคอนเทนต์ให้มีความเหมาะสม และนำเสนอประสบการณ์ที่น่าทึ่งให้แก่ลูกค้า” นายวีอาร์ ศรีวัตศาน กล่าว

รายงาน Creative Pulse ประจำปี 2560 ตอกย้ำถึงความสำคัญของการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ต่อการปรับปรุงการดำเนินงานโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและรูปแบบธุรกิจ Experience Business

“การปรับเปลี่ยนสู่รูปแบบธุรกิจ Experience Business ไม่ได้อาศัยเพียงแค่การถ่ายโอนประสบการณ์แบบปกติที่มีอยู่ไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลเท่านั้น หากแต่จำเป็นต้องใช้ประโยชน์จากพลังของการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ที่ดียิ่งเยี่ยม เพื่อสร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่ง ด้วยการมอบประสบการณ์สุดพิเศษที่สร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า” นายวีอาร์ ศรีวัตศาน กล่าว

มีเพียงแพลตฟอร์ม Adobe Experience Cloud เท่านั้นที่มอบทุกสิ่งที่เป็นให้แก่องค์กรธุรกิจสำหรับการนำเสนอประสบการณ์ที่เหนือชั้นให้แก่ลูกค้า Adobe Experience Cloud ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี Machine Learning และ Artificial Intelligence ของ Adobe Sensei โดยผสานรวมโซลูชันระดับโลก จึงนับเป็นแพลตฟอร์มแบบครบวงจรที่ครอบคลุมระบบข้อมูลและเนื้อหาคอนเทนต์ ทั้งยังมีเครือข่ายพันธมิตรที่แข็งแกร่งซึ่งมอบความเชี่ยวชาญที่เหนือกว่าในเรื่องของการนำเสนอประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า

ดาวน์โหลดรายงานวิจัย Creative Pulse ประจำปี 2560 ที่นี่

เกี่ยวกับอะโดบี

อะโดบีเปลี่ยนโลกผ่านประสบการณ์ด้านดิจิทัล รายละเอียดเพิ่มเติม www.adobe.com/sea

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

###

© 2017 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.