

อะโดบีเผยโฉมนวัตกรรมด้านการจัดการ

ประสบการณ์ลูกค้า (CXM) เร่งการนำเสนอประสบการณ์

การดิจิทัล



อะโดบี (Nasdaq:ADBE) เผยผลสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคในสหรัฐฯ ระบุว่า ผู้บริโภค 51 เปอร์เซ็นต์มีแนวโน้มที่ซื้อสินค้า และ 49 เปอร์เซ็นต์มีแนวโน้มที่จะภักดีต่อแบรนด์ ถ้าหากคอนเทนต์ที่นำเสนอมีลักษณะเป็นแบบเฉพาะบุคคล (personalized) ปัจจุบัน แปรนต์ต่างๆ ได้รับแรงกดดันเพิ่มมากขึ้นในการนำเสนอคอนเทนต์ที่มีการปรับแต่งแบบเฉพาะบุคคลผ่านหลากหลายช่องทาง และจะต้องดำเนินการอย่างรวดเร็วมากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งนับเป็นความท้าทายที่สำคัญอย่างมากสำหรับฝ่ายการตลาดและฝ่ายไอที

วันนี้ อะโดบีได้เปิดตัวนวัตกรรมใหม่ๆ ใน Adobe Experience Manager ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Adobe Marketing Cloud ใน Adobe Experience Cloud ซึ่งเพิ่มความสะดวกและสร้างระบบอัตโนมัติสำหรับการนำเสนอประสบการณ์ให้แก่ลูกค้า ช่วยให้นักการตลาดและฝ่ายไอทีดำเนินการพัฒนาแอปได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เวอร์กโฟลว์ที่ได้รับการปรับปรุงช่วยให้นักการตลาด ฝ่ายไอที และครีเอทีฟทำงานได้อย่างรวดเร็วและชาญฉลาดมากขึ้น และทำให้แปรนต์ต่างๆ สามารถปรับแต่งประสบการณ์ลูกค้าให้เป็นแบบเฉพาะบุคคลได้อย่างเหมาะสม ด้วยการใช้ประโยชน์จาก Adobe Sensei ซึ่งเป็นเทคโนโลยี AI และ Machine Learning ของอะโดบี แปรนต์ต่างๆ จะสามารถนำเสนอคอนเทนต์ที่เหมาะสมให้แก่ลูกค้าแต่ละราย เทคโนโลยีชั้นนำของ Experience Manager พร้อมใช้งานแล้วสำหรับองค์กรขนาดกลาง ซึ่งนับเป็นการขยายต่อ ยอดความเป็นผู้นำในตลาดองค์กรขนาดใหญ่

โลนิ สตาร์ค ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายกลยุทธ์และการตลาดผลิตภัณฑ์ของอะโดบี กล่าวว่า “การปรับแต่งแบบเฉพาะบุคคลในขอบเขตที่กว้างขวางครอบคลุมทุกช่องทาง การติดต่อสำหรับลูกค้า นับเป็นมาตรฐานสำหรับการจัดการประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience Management หรือ CXM) โดยจะต้องมีการผสมรวมคอนเทนต์ ข้อมูล และข้อมูลเชิงลึกที่มีเพียงอะโดบีเท่านั้นที่สามารถจัดหาให้ได้ นวัตกรรมใหม่ๆ ใน Adobe Experience Manager ช่วยเพิ่มความสะดวกให้แก่ นักการตลาดและบุคลากรฝ่ายไอทีในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และสร้างช่วงเวลาสุดประทับใจทุกครั้งของลูกค้าติดต่อกับแบรนด์”

เครื่องมือสำหรับนักการตลาด

เทคโนโลยีใหม่ๆ ใน Experience Manager ช่วยเสริมศักยภาพให้แก่ นักการตลาดในบริษัททุกขนาดในทุกกลุ่ม

อุตสาหกรรมสำหรับการดำเนินการอย่างชาญฉลาดดังต่อไปนี้:

- นำเสนอประสบการณ์ที่น่าดึงดูดใจ: นักการตลาดสามารถออกแบบ นำเสนอ และปรับแต่งประสบการณ์บนจอแสดงผลดิจิทัลทุกขนาดในทุกสถานที่ตั้ง เช่น จอภาพในร้านค้า หรือตู้บริการอัตโนมัติ โดยรองรับเครือข่ายป้ายประชาสัมพันธ์ดิจิทัลที่ครอบคลุมขอบเขตกว้างขวาง และเวิร์กโฟลว์การเผยแพร่และการอนุมัติที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการนำเสนอ และรักษาความสอดคล้องกันของแคมเปญภายในร้านค้า แปรนัยต่างๆ จะสามารถปรับแต่งประสบการณ์ ด้วยการปรับเปลี่ยนคอนเทนต์อย่างยืดหยุ่นให้สอดคล้องกับบริบท เช่น รายการสินค้าในสต็อก หรือสภาพอากาศ และเปิดเผยข้อมูลเชิงลึกที่กระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ โดยอาศัยการผนวกรวมระบบ Adobe Analytics นอกจากนี้ ยังสามารถสร้างสรรค์และจัดการประสบการณ์การซื้อสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการผนวกรวม Experience Manager เข้ากับ Magento Commerce Cloud

- จัดการและค้นหาแอสเซต (Assets) ที่เหมาะสม: เป็นเรื่องในอดีตไปเสียแล้วกับการเลือกดูคลิปที่เกี่ยวข้องสำหรับช่องทางต่างๆ ของแบรนด์ เพราะปัจจุบัน การใช้ Smart Tags ครอบคลุมไปถึงวิดีโอ โดยมีการใช้ Adobe Sensei เพื่อดำเนินการค้นหาวิดีโอโดยอัตโนมัติ ด้วยแท็กอัจฉริยะที่เกี่ยวข้องกับการกระทำ ลักษณะ และวัตถุ นอกจากนี้ Visual Search ซึ่งขับเคลื่อนด้วย Adobe Sensei จะสามารถระบุภาพที่คล้ายคลึงกับแอสเซตที่เฉพาะเจาะจง โดยใช้เวลาไม่กี่วินาที เช่น ภาพคนถือถุงช้อปปิ้งในย่านไทมส์แควร์ เป็นต้น บริการถ่ายโอนข้อมูลความเร็วสูงใน Brand Portal จะให้วิธีที่รวดเร็วและยืดหยุ่นมากกว่าในการจัดการแอสเซตต่างๆ ร่วมกับทีมงานในทุกที่ทั่วโลก นักการตลาดจะสามารถกำหนดค่าการควบคุมสิทธิ์การใช้งาน เพื่อให้แน่ใจว่ามีเพียงบางทีมงานหรือบางภูมิภาคเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงแอสเซตที่ผ่านการอนุมัติ

- ปรับแต่งวิดีโอสำหรับทุกช่องทาง: การใช้งานวิดีโอในแนวตั้งผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Instagram และ WeChat ทำให้บริษัทจำเป็นต้องตัดต่อวิดีโอเพื่อให้เหมาะกับสมาร์ตโฟน เครื่องมือ Smart Crop สำหรับวิดีโอ ซึ่งขับเคลื่อนด้วย Adobe Sensei จะเพิ่มความสะดวกรวดเร็วให้กับกระบวนการนี้ โดยจะระบุและครอบตัดเนื้อหาส่วนที่สำคัญที่สุดของวิดีโอโดยอัตโนมัติ เพื่อมอบประสบการณ์ด้านวิดีโอที่ยอดเยี่ยมให้แก่ผู้ใช้ ไม่ว่าผู้ใช้จะถือโทรศัพท์ในทิศทางใดก็ตาม

- เพิ่มความคล่องตัวและความรวดเร็วในการสร้างคอนเทนต์: ในการค้นหา ปรับเปลี่ยน และตรวจสอบแอสเซตระดับองค์กร ครีเอทีฟและนักการตลาดจำเป็นต้องสลับไปมาระหว่างโซลูชันต่างๆ แต่ตอนนี้ ด้วย Adobe Asset Link ซึ่งเปิดให้ใช้งานโดยทั่วไปแล้ว จะช่วยให้ครีเอทีฟสามารถค้นหา แก้ไข และนำเอาดิจิทัลแอสเซตใน Experience Manager กลับมาใช้ได้โดยตรงภายในโปรแกรม Adobe Photoshop, Adobe Illustrator และ Adobe InDesign ครีเอทีฟจะสามารถค้นหาภาพที่คล้ายคลึงกันได้อย่างฉับไวภายในเวลาไม่กี่วินาทีด้วย Visual Search ใน Asset Link นอกจากนี้ Core Components ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำหรับการสร้างสรรค์ประสบการณ์ จะช่วยเพิ่มความคล่องตัวในการสร้างประสบการณ์และลดการพึ่งพาทีมงานฝ่ายพัฒนาในการเขียนและทดสอบโค้ด

ใหม่ๆ

- สร้างการสื่อสารกับลูกค้าผ่านหลากหลายช่องทางอย่างรวดเร็ว: ด้วยพีเจอร์การลากและปล่อยใน Experience Manager Forms องค์กรต่างๆ จะสามารถฝังคอนเทนต์แบบอินเทอร์แอกทีฟไว้ในการสื่อสารสำหรับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น รวมถึงฟังก์ชันการสร้างแผนผังขั้นสูง และการผนวกรวมข้อมูลอย่างง่ายดาย ซึ่งทั้งหมดนี้จะรองรับการนำเสนอการสื่อสารแบบเฉพาะบุคคลสำหรับลูกค้าแต่ละราย เช่น ใบแจ้งยอดรายเดือน โดยมีลักษณะที่น่าสนใจมากขึ้นและใช้ข้อมูลเป็นตัวขับเคลื่อน นอกจากนี้ การผนวกรวมอย่างกลมกลืนเข้ากับ Adobe Sign Cloud Signatures ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Adobe Document Cloud จะช่วยให้ลูกค้าสามารถเซ็นชื่อในเอกสารดิจิทัลในลักษณะที่สอดคล้องตามข้อบังคับ

เครื่องมือสำหรับบุคลากรฝ่ายไอทีและนักพัฒนา

ระบบจัดการคอนเทนต์ (Content Management System - CMS) แบบไฮบริดใน Experience Manager ช่วยปรับปรุงความคล่องตัวและความยืดหยุ่นสำหรับบุคลากรฝ่ายไอทีและนักพัฒนาสำหรับการดำเนินการดังต่อไปนี้:

- เพิ่มกำลังความจุโดยอัตโนมัติในช่วงที่มีแทรฟฟิกผู้ใช้จำนวนมาก: การนำเสนอประสบการณ์ดิจิทัลแบบไดนามิกจำเป็นต้องอาศัยความคล่องตัวในการจัดการการอัปเดตคอนเทนต์ในขอบเขตที่กว้างขวาง บริการใหม่ Autoscaling ของ Cloud Manager จะตรวจจับความจำเป็นในการรองรับแทรฟฟิกเพิ่มเติมโดยอัตโนมัติ และเพิ่มกำลังความจุของระบบภายในเวลาไม่กี่นาที เพื่อให้ผู้ใช้ได้รับประสบการณ์ที่ดี
- สร้างและจัดการประสบการณ์อย่างคล่องตัว: ปัจจุบัน เนื้อหาเว็บคอนเทนต์มีความลื่นไหลและตอบสนองอย่างฉับไวมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นเรื่องยากที่จะจัดการประสบการณ์ที่มีประสิทธิภาพผ่านช่องทางที่หลากหลายในขอบเขตที่กว้างขวาง Single-Page Application (SPA) Editor เป็นเครื่องมือใหม่ของอะโดบีที่ช่วยให้นักพัฒนาและนักการตลาดสามารถแสดงตัวอย่าง แก้ไข จัดการ และปรับแต่งคอนเทนต์ให้สอดคล้องกับบริบท โดยทั้งหมดนี้รวมอยู่ในที่เดียว จึงช่วยเพิ่มความเร็วในการทำงานร่วมกัน ด้วยการเรนเดอร์ทางฝั่งเซิร์ฟเวอร์สำหรับ SPA บนโคเลเอ็นต์ นักพัฒนาจึงสามารถลดเวลาในการโหลดประสบการณ์ครั้งแรกเพื่อดึงดูดลูกค้า โดยใช้ SPA Editor และปรับปรุงการค้นหาผ่านเสิร์ชเอนจิน (SEO) ควบคู่กันไป โดย Adobe Target และ Adobe Analytics จะรองรับการปรับแต่งแบบเฉพาะบุคคลและการกลั่นกรองข้อมูลเชิงลึกอย่างมีประสิทธิภาพ
- เพิ่มความเร็วในการพัฒนาแอปพลิเคชัน: การสนับสนุนสำหรับ GraphQL จะช่วยให้นักพัฒนาสามารถทำงานบนเครื่องมือแอปพลิเคชันส่วนหน้า (front-end) ที่ใช้เป็นประจำ พร้อมทั้งปรับขนาดแอปพลิเคชันเหล่านี้ได้อย่างง่ายดาย โดยอาศัย API ซึ่งดึงข้อมูลและคอนเทนต์เข้ามา การสนับสนุน GraphQL จะขยายขอบเขตครอบคลุม Experience Manager ในช่วงปีนี้ รวมทั้งขยายการสนับสนุนของ Magento Commerce Cloud

เกี่ยวกับ Adobe Experience Cloud

อะโดบีปฏิวัติการจัดการประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience Management - CXM) ด้วย Adobe Experience Cloud ซึ่งเป็นโซลูชันแบบครบวงจรเพียงหนึ่งเดียวสำหรับการสร้างคอนเทนต์ การตลาด โฆษณา การวิเคราะห์ข้อมูล และการค้า ขณะที่แพลตฟอร์มระดับองค์กรรุ่นเก่าประกอบด้วยข้อมูลโปรไฟล์ลูกค้าที่ตายตัวและแยกออกจากกัน แต่ Adobe Experience Cloud จะช่วยให้บริษัทต่างๆ สามารถนำเสนอประสบการณ์ที่น่าประทับใจ ต่อเนื่อง และสอดคล้องกัน ผ่านทุกช่องทางการติดต่อสำหรับลูกค้า ควบคู่ไปกับการขยายธุรกิจให้เติบโตอย่างรวดเร็ว นักวิเคราะห์อุตสาหกรรมระบุว่าอะโดบีคือผู้นำที่โดดเด่นในรายงานผลการศึกษาคำคัญๆ กว่า 20 ฉบับที่มุ่งเน้นเรื่องประสบการณ์ ซึ่งมากกว่าบริษัทเทคโนโลยีอื่นๆ

เกี่ยวกับอะโดบี

อะโดบีเปลี่ยนโลกผ่านประสบการณ์ด้านดิจิทัล รายละเอียดเพิ่มเติม www.adobe.com/sea

###

ประชาสัมพันธ์ข่าวโดย:

วรารอง จงรักษ์

โทรศัพท์: 02-971-6051

อีเมล: warawong@pc-a.co.th