อะโดบีเผยโฉมนวัตกรรมที่แปลกใหม่สำหรับผู้ค้าปลีกใน Adobe Experience Cloud

บทความประชาสัมพันธ์

โดย ไมเคิล ไคลน์, ผู้อำนวยการฝ่ายยุทธศาสตร์อุตสาหกรรม การค้าปลีก, การท่องเที่ยวและการบริการที่อะโดบี

อะโดบีเผยโฉมนวัตกรรมที่แปลกใหม่สำหรับผู้ค้าปลีกใน Adobe Experience Cloud

ระบบวิเคราะห์ข้อมูล Adobe Analytics พบว่า ในช่วงเทศกาลสิ้นปี 2560 ยอดขายออนไลน์ทำสถิติสูงสุด 108.2 พันล้านดอลลาร์ (เพิ่มขึ้น 17.7% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว) โดยรายได้จากการซื้อสินค้าผ่านมือถืออยู่ที่ 35.9 พันล้านดอลลาร์ คิดเป็นสัดส่วน 33.1% ของรายได้ทางออนไลน์ในช่วงเทศกาล เพิ่มขึ้น 28.0% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว (Adobe Analytics ตรวจสอบติดตาม 80% ของยอดใช้จ่ายทางออนไลน์สำหรับเว็บไซต์ค้าปลีกที่ใหญ่ที่สุด 100 เว็บไซต์ในสหรัฐฯ) ดูรายละเอียดเพิ่มเติมที่นี่ อย่างไรก็ดี ยอดขายออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วไม่ได้บ่งชี้ว่าร้านค้าแบบปกติทั่วไปกลายเป็นสิ่งล้าสมัย ทั้งนี้ รายงาน U.S. Census สำหรับช่วงฤดูร้อนปี 2560 ระบุว่า 90% ของยอดค้าปลีกทั้งหมดในสหรัฐฯ เกิดขึ้นในห้างร้านแบบปกติทั่วไป และ 43% ของคนรุ่นมิลเลนเนียล (Millennial) ชอบที่จะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์และสินค้าต่างๆ ทางออนไลน์ ก่อนที่จะไปเลือกซื้อสินค้าในร้านโดยตรง (ที่มา)

ข้อมูลนี้ตอกย้ำว่าผู้ค้าปลีกจำเป็นที่จะต้องนำเสนอประสบการณ์ที่ดีเยี่ยมและสอดคล้องกันในทุกขั้นตอนของการซื้อสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้บริโภคและผู้ค้าปลีกบนโซเชียลมีเดีย การเลือกซื้อสินค้าทางออนไลน์ การเดินเข้าร้านค้า หรือการเปิดอีเมลจากผู้ค้าปลีก ประสบการณ์ดังกล่าวจะต้องสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าทุกที่ทุกเวลา นอกเหนือจากการสร้างความตระหนักรู้ การดึงดูดลูกค้า และการกระตุ้นยอดขาย ผู้ค้าปลีกที่นำเสนอประสบการณ์สุดพิเศษอย่างไร้รอยต่อผ่านช่องทางกายภาพและดิจิตอลได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของการขยายฐานลูกค้าและการสร้างความภักดีของลูกค้า อย่างไรก็ดี ผู้ค้าปลีกจำนวนมากประสบปัญหาท้าทายในการดำเนินการดังกล่าว และเสี่ยงที่จะสูญเสียลูกค้าและผลกำไร

ที่งาน NRF 2018, ‘Retail’s BIG Show’ อะโดบีเปิดตัวนวัตกรรมด้านค้าปลีกใน Adobe Experience Cloud:

- เข้าใจและดำเนินการเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในร้าน: อะโดบีจัดแสดงโครงการที่อยู่ระหว่างการพัฒนา

ในห้องปฏิบัติการวิจัย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงเส้นทางของลูกค้าที่เดินเลือกซื้อสินค้าภายในร้าน ทั้งยังช่วยให้สามารถแบ่งเซ็กเมนต์ลูกค้าโดยอ้างอิงข้อมูลความภักดี วันที่เยี่ยมชมร้านครั้งล่าสุด หรือรสนิยมในการซื้อสินค้า เป็นต้น และส่งข้อเสนอโปรโมชั่นพิเศษผ่านทางโมบายล์แอพของผู้ค้าปลีกให้แก่ลูกค้าในร้านโดยอ้างอิงข้อมูลดังกล่าว Adobe Analytics จะบันทึกข้อมูลพฤติกรรมของผู้ซื้อ ขณะที่ Adobe Target จะปรับแต่งข้อเสนอเพิ่มเติม และนำเสนอประสบการณ์เฉพาะบุคคลอย่างแท้จริง นอกจากนี้ บน Adobe Cloud Platform ผู้ค้าปลีกสามารถใช้ข้อมูลภายนอกจากระบบคลังสินค้า, ระบบชำระเงิน (POS) และระบบลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) เพื่อปรับแต่งข้อเสนอที่สอดรับกับความต้องการของลูกค้าในร้านได้ดียิ่งขึ้น

• ใช้ข้อมูลบิ๊กดาต้า (Big Data) เพื่อปรับแต่งประสบการณ์สำหรับลูกค้า: ผู้ค้าปลีกสามารถใช้ Adobe Campaign เพื่อเข้าถึงข้อมูลที่เก็บไว้ในฐานข้อมูลภายนอก โดยอาศัยตัวเชื่อมต่อ Federated Data Access (FDA) วันนี้ อะโดบีได้ยกระดับเทคโนโลยีดังกล่าว ด้วยการขยายขีดความสามารถด้านบิ๊กดาต้าใน Adobe Campaign ซึ่งช่วยให้ผู้ค้าปลีกสามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลทั้งหมดที่เก็บไว้ใน Hadoop เช่น รูปแบบการกำหนดราคา และการคาดการณ์ความต้องการ ผู้ค้าปลีกสามารถเชื่อมต่อกับโครงสร้างพื้นฐาน Hadoop ได้อย่างไร้รอยต่อ เพื่อค้นหาและแบ่งกลุ่มข้อมูล โดยไม่ต้องนำเข้าชุดข้อมูลหรือจัดเก็บไว้ภายใน Adobe Campaign เพื่อขับเคลื่อนประสบการณ์ลูกค้าที่เหนือกว่า

• ปรับแต่งและปรับปรุงรูปภาพสำหรับหน้าจอต่างๆ: ความสามารถของ Dynamic Media ใน Adobe Experience Manager Assets มีความฉลาดมากขึ้น โดยผู้ค้าปลีกจะสามารถทำงานอัตโนมัติได้เป็นชุด นำเสนอประสบการณ์ได้รวดเร็วกว่า นอกจากนี้ Smart Crop ที่ขับเคลื่อนด้วย Adobe Sensei จะตรวจจับและครอบตัดจุดโฟกัสบนภาพใดๆ โดยอัตโนมัติ เพื่อบันทึกจุดสนใจที่ต้องการ ไม่ว่าหน้าจอจะมีขนาดเท่าใดก็ตาม ส่วน Smart Imaging จะตรวจจับแบนด์วิธที่ใช้ได้และชนิดของอุปกรณ์ เพื่อลดขนาดไฟล์ภาพสูงสุด 70% ขณะที่ทำการส่งข้อมูล โดยไม่ทำให้ภาพสูญเสียความละเอียด ทั้งยังช่วยให้การโหลดข้อมูลเป็นไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้อีกทางหนึ่ง

• นำเสนอภาพ 3D, พาโนรามา และ VR: เพื่อช่วยให้ผู้ค้าปลีกนำเสนอประสบการณ์ที่ชวนดื่มด่ำ โดยไม่ต้องทำการพัฒนาเอง อะโดบีเตรียมที่จะเปิดตัวโปรแกรมดูภาพพาโนรามาและ VR ในช่วงต้นปีนี้ ซึ่งจะช่วยลดความยุ่งยากของเวิร์กโฟลว์การทำงานของผู้ค้าปลีก ด้วยการแทนที่ภาพถ่ายราคาแพงด้วยภาพ 3D ที่สมจริงเหมือนภาพถ่าย และรองรับการปรับเปลี่ยนรูปภาพเพื่อนำไปใช้งานด้านอื่นๆ ได้อย่างยืดหยุ่น โดยสามารถปรับมุม แสง และการตั้งค่าต่างๆ โดยอาศัยการผนวกรวม Experience Manager เข้ากับ Adobe Dimension CC เทคโนโลยีใหม่นี้สามารถใช้งานร่วมกับภาพพาโนรามา ดังนั้นลูกค้าจึงสามารถสัมผัสกับโซฟาตัวใหม่ในห้องนั่งเล่นในรูปแบบเสมือนจริงได้ เป็นต้น

• ปรับแต่งธุรกิจหลายช่องทาง: อะโดบีเตรียมเปิดตัวชุดบริการไมโครเซอร์วิสสำหรับการทำธุรกิจอย่างยืดหยุ่น โดยทำงานบน Adobe I/O Runtime เพื่อรองรับการค้าที่ขับเคลื่อนด้วยประสบการณ์ โดยจะช่วยให้ผู้บริโภคได้รับ

ประสบการณ์ที่เชื่อมต่อถึงกันผ่านทุกช่องทางการติดต่อ เพื่อค้นหาสินค้าที่ตรงตามความต้องการ หรือทำการสั่งซื้อได้อย่างง่ายดาย ด้วยการรองรับกระบวนการต่างๆ อย่างไร้รอยต่อบนระบบดิจิตอล ระบบทางกายภาพ และระบบแบ็คเอนด์ เช่น ฐานข้อมูล CRM ผู้ค้าปลีกจึงสามารถดึงดูดลูกค้าได้อย่างเหมาะสมตามบริบทในทุกขั้นตอนของกระบวนการซื้อ โดยไม่ถูกจำกัดด้วยระบบและกระบวนการที่ตายตัวหรือมีขนาดใหญ่เทอะทะจากบริษัทเทคโนโลยีอื่นๆ บริการไมโครเซอร์วิสของอะโดบีถูกผนวกรวมเข้ากับระบบการค้าและระบบจัดการคำสั่งซื้อ รวมถึง CommerceTools, ElasticPath, Digital River, Hybris และ Magento และสามารถใช้งานร่วมกับโซลูชั่นต่างๆ บน Experience Cloud

อะโดบีจะทำการสาธิตเทคโนโลยีที่หลากหลายที่บูธ # 4351 ในงาน NRF รวมถึงข้อมูลเชิงลึกภายในร้านค้า และนำเสนอโครงการของห้องปฏิบัติการวิจัย และเทคโนโลยี Dynamic Media สำหรับผู้ค้าปลีก การผนวกรวม Adobe Campaign และ Experience Manager เข้ากับ Microsoft Dynamics 365 เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารของลูกค้าจะได้รับการสาธิตการใช้งานที่บูธของอะโดบีและไมโครซอฟท์

เกี่ยวกับ Adobe Experience Cloud
Adobe Experience Cloud เป็นชุดบริการคลาวด์แบบครบวงจรที่ออกแบบเป็นพิเศษเพื่อให้องค์กรต่างๆ มีทุกสิ่งที่จำเป็นสำหรับการนำเสนอประสบการณ์สุดพิเศษให้แก่ลูกค้า Experience Cloud ประกอบด้วย Adobe Marketing Cloud, Adobe Advertising Cloud และ Adobe Analytics Cloud โดยสร้างขึ้นบน Adobe Cloud Platform และผนวกรวมเข้ากับ Adobe Creative Cloud และ Document Cloud นอกจากนี้ Adobe Experience Cloud ยังใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) ของ Adobe Sensei โดยผสานรวมโซลูชั่นระดับโลก แพลตฟอร์มแบบครบวงจร ระบบข้อมูลและคอนเทนต์ที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และระบบนิเวศน์คู่ค้าและพันธมิตรที่แข็งแกร่ง นำเสนอความเชี่ยวชาญที่เหนือกว่าสำหรับการส่งมอบประสบการณ์อย่างมีประสิทธิภาพ

เกี่ยวกับอะโดบี
อะโดบีเปลี่ยนโลกผ่านประสบการณ์ด้านดิจิตอล รายละเอียดเพิ่มเติม www.adobe.com/sea
ติดตามอะโดบีผ่านเฟสบุ๊กที่ https://www.facebook.com/AdobeSEA/
###

ประชาสัมพันธ์ข้อมูลโดย:
วราวอง จงรักษ์
โทรศัพท์: 02-971-3711
อีเมล์: warawong@pc-a.co.th