

# อะโดบีแนะนำธุรกิจใเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เน้น ย้ำการดึงดูดลูกค้าผ่านทางสมาร์ทโฟน



อะโดบีแนะนำธุรกิจใเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เน้นย้ำการดึงดูดลูกค้าผ่านทางสมาร์ทโฟน

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีกราฟฟิกสมาร์ทโฟนและผลที่ได้จากการโฆษณาเพิ่มขึ้นอย่างมาก แต่ยังมีล้าหลังประเทศอื่นๆ

ประเทศไทย – 12 กรกฎาคม 2560 – ผู้บริหารองค์กรธุรกิจ นักการตลาด ผู้จัดพิมพ์ ผู้ลงโฆษณา และผู้จัดการคอนเทนต์กว่า 250 คน เข้าร่วมการประชุม Adobe Experience Forum ซึ่งจัดขึ้นในวันนี้ที่โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพมหานคร เพื่อค้นหาวิธีการนำเสนอประสบการณ์สุดประทับใจให้แก่ลูกค้าและตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค ผู้นำอุตสาหกรรมจากแบรนด์ชั้นนำ เช่น DBS Bank, Discovery Networks Asia-Pacific และ BRAND'S Suntory ร่วมกันอภิปรายเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาปรับปรุงธุรกิจโดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation) และแบ่งปันข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการนำเสนอประสบการณ์ลูกค้าที่โดดเด่น

พร้อมกันนี้ ในระหว่างการประชุม มีการเผยแพร่รายงาน Best of the Best Report ฉบับล่าสุดของ Adobe Digital Insights ซึ่งอ้างอิงข้อมูลจากการเยี่ยมชมราว 100,000 ล้านครั้งบนเว็บไซต์กว่า 3,000 แห่งในเอเชียในช่วงปี 2559 แม้ว่าเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จะมีการลดลงโดยรวมของระยะเวลาที่ใช้บนเว็บไซต์ แต่อัตราการดำเนินการที่เป็นผลมาจากโฆษณาหรือ Conversion Rate กลับเพิ่มขึ้นทั้งในส่วนของเดสก์ท็อปและสมาร์ทโฟน ซึ่งบ่งบอกว่าดัชนีชี้วัดแบบเดิมๆ อาจไม่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพที่แท้จริงของประสบการณ์ลูกค้าได้อีกต่อไป

เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ อินเดีย ญี่ปุ่น ฮองกง เกาหลีใต้ และสหรัฐฯ พบว่าเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีการลดลงมากที่สุดในส่วนของระยะเวลาที่ใช้บนเว็บไซต์ โดยอยู่ที่เฉลี่ย 13.3% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ในขณะที่เดียวกัน อัตรา Conversion ก็เพิ่มขึ้นอย่างมาก (เพิ่มขึ้น 40% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการที่ผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับแบรนด์ต่างๆ ในช่วงระยะเวลาที่สั้นลง โดยอาจเป็นผลมาจากความเร็วในการเชื่อมต่อเครือข่ายและแบนด์วิธที่ปรับปรุงดีขึ้นในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงการที่ผู้บริโภคเปลี่ยนไปใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์หลัก ด้วยเหตุนี้ แบรนด์ต่างๆ จึงต้องปรับตัวตามพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภค ซึ่งมีความพิถีพิถันมากขึ้นในการเลือกว่าจะโต้ตอบกับเนื้อหาคอนเทนต์ในลักษณะใดและเมื่อไร

ขณะที่กราฟฟิคในส่วนของเดสก์ท็อปลดลงสำหรับทุกประเทศ แต่เว็บไซต์ชั้นนำ 20 เว็บไซต์ หรือ 'Best of the Best (BoB)' ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีกราฟฟิคลดลงมากที่สุดถึง 14.4% อย่างไรก็ตาม การลดลงของเว็บไซต์ทั่วไปในภูมิภาคนี้อยู่ในระดับต่ำที่สุด (ลดลง 5.5%) เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีช่องว่างเพิ่มมากขึ้นระหว่างเว็บไซต์สองกลุ่ม แม้ว่าแนวโน้มกราฟฟิคของเดสก์ท็อปจะลดลงและมีการเพิ่มขึ้นของกราฟฟิคสมาร์ทโฟนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (เว็บไซต์ทั่วไปเพิ่มขึ้น 17.9%; เว็บไซต์ BoB เพิ่มขึ้น 28.1%) แต่อัตรา Conversion Rate ในส่วนของเดสก์ท็อปเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า (เว็บไซต์ทั่วไปเพิ่มขึ้น 21.4%; เว็บไซต์ BoB เพิ่มขึ้น 25%) และยังคงมากกว่าสองเท่าเมื่อเทียบกับ Conversion Rate ของสมาร์ทโฟน

“แม้ว่าปัจจุบันส่วนใหญ่แล้วผู้บริโภคในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังคงสั่งซื้อสินค้าผ่านทางเดสก์ท็อป แต่แบรนด์ต่างๆ ก็ไม่ควรละเลยแนวโน้มของสมาร์ทโฟนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะแซงหน้าเดสก์ท็อปในไม่ช้า” สก็อต ริกบี้ หัวหน้าฝ่าย Digital Transformation ของอะโดบี กล่าว “อัตรา Conversion ในส่วนของสมาร์ทโฟนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า แต่ก็ยังคงตามหลังประเทศอื่นๆ โดยยังมีส่วนที่ต้องปรับปรุงอีกมาก แปรนตร์ต่างๆ จึงจำเป็นต้องปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อรองรับพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคสำหรับการใช้งานเว็บ เพื่อให้ได้รับประโยชน์จากระยะเวลาการใช้งานที่ลดลงและอัตราการเยี่ยมชมเว็บไซต์ที่ลดลงในเกือบทุกกลุ่มอุตสาหกรรม”

ประเด็นสำคัญอื่นๆ ในรายงาน Best of the Best Report มีดังนี้:

- ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีกราฟฟิคสมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้น 17.9% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า แต่ยังคงตามหลังประเทศอื่นๆ ในเอเชีย-แปซิฟิกในแง่ของกราฟฟิคสมาร์ทโฟนโดยรวม (36.8%)
- อัตราการเยี่ยมชมเว็บไซต์ผ่านทางสมาร์ทโฟนลดลงทั้งในเว็บไซต์ชั้นนำ 20 อันดับ (Top 20) และเว็บไซต์ทั่วไปในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มลดลงที่จะกลับมาเยี่ยมชมเว็บไซต์เดิมภายในเดือนเดียวกันเมื่อเทียบกับปี 2558
- อัตราการเยี่ยมชมเว็บไซต์ผ่านทางเดสก์ท็อปเพิ่มขึ้นเล็กน้อย (1.3% เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้าสำหรับเว็บไซต์ทั่วไป)
- ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีมีจำนวนผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ที่ใช้เวลานานๆ หรือที่แวะเวียนกลับมาบ่อยๆ ลดลงอย่างเห็นได้ชัด แต่อัตราการลดลงแบบปีต่อปีอยู่ในระดับที่น้อยมาก (ลดลง 0.5%) เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ส่วนเว็บไซต์ชั้นนำในกลุ่ม 'Best of the Best' มีการเพิ่มขึ้นแบบปีต่อปีสูงที่สุด นั่นคือ 11.6% เมื่อเทียบกับเว็บไซต์ Top 20 ของประเทศอื่นๆ

ดูรายงานฉบับเต็มที่นี้

เนื่องจากพฤติกรรมของลูกค้ามีความซับซ้อนมากขึ้น ดังนั้นความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาความเป็นเลิศทางดิจิทัลจะช่วยให้  
นักการตลาดสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า และในทางกลับกัน ลูกค้าก็จะช่วยเพิ่มรายได้ให้กับองค์กรธุรกิจ  
เป็นอย่างมาก

### เกี่ยวกับ Adobe Digital Insights

Adobe Digital Insights (ADI) เผยแพร่งานวิจัยเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัลและหัวข้ออื่นๆ ที่น่าสนใจให้แก่ผู้บริหาร  
ระดับสูงฝ่ายการตลาดและอี-คอมเมิร์ซในหลากหลายกลุ่มอุตสาหกรรม งานวิจัยอ้างอิงการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวม  
ข้อมูลที่คัดกรอง และข้อมูลที่ไม่เปิดเผยชื่อจากบริษัทต่างๆ กว่า 5,000 แห่งทั่วโลกที่ใช้ Adobe Digital  
Marketing Cloud เพื่อรับทราบข้อมูลแบบเรียลไทม์และการวิเคราะห์กิจกรรมบนเว็บไซต์ โซเชียล สื่อ และโฆษณา

### เกี่ยวกับ Adobe Experience Cloud

Adobe Experience Cloud เป็นชุดบริการคลาวด์แบบครบวงจรที่ออกแบบเป็นพิเศษเพื่อให้องค์กรต่างๆ มีทุกสิ่งที่  
จำเป็นสำหรับการนำเสนอประสบการณ์สุดพิเศษให้แก่ลูกค้า Experience Cloud ประกอบด้วย Adobe Marketing  
Cloud, Adobe Advertising Cloud และ Adobe Analytics Cloud โดยสร้างขึ้นบน Adobe Cloud Platform และ  
ผนวกรวมเข้ากับ Adobe Creative Cloud และ Document Cloud นอกจากนี้ Adobe Experience Cloud ยังใช้  
ประโยชน์จากเทคโนโลยีการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial  
Intelligence) ของ Adobe Sensei โดยผสมรวมโซลูชันระดับโลก แพลตฟอร์มแบบครบวงจร ระบบข้อมูลและ  
คอนเทนต์ที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และระบบนิเวศน์คู่ค้าและพันธมิตรที่แข็งแกร่ง นำเสนอความเชี่ยวชาญที่เหนือกว่า  
สำหรับการส่งมอบประสบการณ์อย่างมีประสิทธิภาพ

### เกี่ยวกับอะโดบี

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