

# อะโดบี เผย “ประสบการณ์ลูกค้า” เป็นกุญแจความสำเร็จ ของร้านค้าปลีกออนไลน์



รายงานด้านคอมเมอร์เชียลล่าสุดของ Adobe เผย ลูกค้าใน APAC ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ซื้อสินค้าและบริการที่ยืดเยื้อจากแบรนด์สินค้าออนไลน์มากขึ้น นอกจากนี้ ลูกค้าออนไลน์รีเทลที่ดีที่จะเปิดรับประสบการณ์และเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น ระบบโต้ตอบอัตโนมัติและเอไอ ขณะเดียวกันพวกเขายังอยากเห็นแบรนด์เหล่านี้ตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

ล่าสุดอะโดบีได้ร่วมมือกับ YouGov จัดทำผลสำรวจจากผู้ตอบแบบสอบถามกว่า 7,000 คน ครอบคลุมพื้นที่ต่าง ๆ ในภูมิภาค JAPAC รวมถึง ออสเตรเลีย, จีน, อินเดีย, มาเลเซีย, สิงคโปร์ และไทย ในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับความต้องการขณะซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคยุคใหม่ ภายใต้รายงานหัวข้อ ‘Listen: A Magento Meaningful Series’ ซึ่งเป็นรายงานที่มุ่งเน้นการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มที่ซื้อสินค้าร้านค้าปลีกออนไลน์เพื่อให้แบรนด์ออนไลน์รีเทลใช้เป็นแนวทางพัฒนาและส่งต่อประสบการณ์ที่ยืดเยื้อแก่ลูกค้าเพื่อก้าวเป็นผู้นำในสภาวะที่อุตสาหกรรมออนไลน์รีเทลต้องเผชิญกับการแข่งขันสูงเช่นนี้

### ประสบการณ์ที่ผู้บริโภคสินค้าออนไลน์รีเทลต้องการ

การเติบโตของแบรนด์ค้าปลีกออนไลน์อาจเทียบไม่ได้กับร้านค้าทั่วไปที่มีทั้งหน้าร้านและมีแพลตฟอร์มสำหรับขายสินค้าบนออนไลน์ เช่นเดียวกับกับความท้าทายเรื่องการกำหนดราคาสินค้า โดยรายงานฉบับนี้ได้ชี้ให้เห็นถึง การมุ่งเน้นเรื่องการพัฒนากลยุทธ์ด้านการนำเสนอประสบการณ์ที่ยืดเยื้อแก่ลูกค้า ความสำคัญของแบรนด์ออนไลน์รีเทล

ซึ่ง Omni-Channel เองก็เป็นสิ่งจำเป็นที่แบรนด์ไม่ควรมองข้าม โดยรายงานระบุว่า 39% ของผู้ตอบแบบสอบถาม ระบุว่า พวกเขาต้องการใช้งานเว็บไซต์ค้าปลีกที่รองรับการใช้งานบนสมาร์ตโฟน และ 23% ระบุว่า จะดีมากหากได้ ขอบปึงกับแบรนด์ที่มีแอปพลิเคชันเป็นของตัวเอง

นายนิโคลัส คอนโตปูลอส หัวหน้าฝ่ายการตลาดคอมพิวเตอร์ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก บริษัท อะโดบี กล่าวว่า “เนื่องจาก ลูกค้าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกคาดหวังให้แบรนด์เห็นความสำคัญและใส่ใจความต้องการส่วนบุคคลของลูกค้าในแต่ละคนแต่ละกลุ่ม ขณะเดียวกันความต้องการเข้าถึงแบรนด์ สินค้าและบริการจากหลากหลายช่องทางก็เพิ่มสูงขึ้น ด้วยเช่นกัน เพื่อเอาชนะความท้าทายดังกล่าว แบรนด์จำเป็นต้องวางกลยุทธ์เพื่อพัฒนาประสบการณ์ของลูกค้าให้ครอบคลุม มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้สามารถค้นหาและซื้อ สินค้าผ่านระบบดิจิทัลได้แบบไม่สะดุด นอกจากนี้ การที่แบรนด์ตอบแทนลูกค้าด้วยการนำเสนอเครื่องมือที่ช่วยเหลือ ลูกค้าหรือการสร้างแบรนด์ยูทิลิตี้จะทำให้พวกเขาผูกพันกับแบรนด์มากยิ่งขึ้น และเปลี่ยนจากลูกค้าขาจรเป็นขา ประจำของแบรนด์ได้อีกด้วย”

ทัศนคติที่มีต่อระบบโต้ตอบอัตโนมัติและเอไอ

เมื่อพูดถึงเทคโนโลยี เช่น ระบบโต้ตอบอัตโนมัติ และปัญญาประดิษฐ์ (เอไอ) ผู้ตอบแบบสอบถาม 60% มีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้เทคโนโลยีเอไอเพื่อเพิ่มยอดขายและกำไรให้แก่ผู้ค้าปลีกออนไลน์ โดยเอไอจะต้องถูกนำมาใช้เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้นให้แก่ลูกค้าอีกด้วย ยิ่งไปกว่านั้น 20% รู้สึกยินดีที่ได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับรายละเอียด สินค้าผ่านระบบโต้ตอบอัตโนมัติโดยติดตามจากประวัติการซื้อสินค้าของพวกเขา ขณะเดียวกัน ลูกค้ายังไม่มองข้าม ประเด็นเรื่องการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล โดยผู้ตอบแบบสอบถาม 50% กล่าวว่า แรนด์จะต้องมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีและปกป้องข้อมูลของพวกเขาได้

แบรนด์ระดับโลกต้องมา

ลูกค้าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีความตระหนักถึงการรักษาสິงแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และคาดหวังว่า แรนด์เองจะมีกลยุทธ์เพื่อรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน เกือบหนึ่งในสี่ของผู้ตอบแบบสอบถามต้องการซื้อป ึ่งออนไลน์เพราะเป็นการลดการทำลายสิ่งแวดล้อม และเปิดใจให้กับแบรนด์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบ สอบถาม 44% กล่าวว่า อยากเห็นแบรนด์ที่มีความโปร่งใสต่อการชี้แจงขั้นตอนการผลิตและแหล่งที่มาของสินค้า ขณะที่ลูกค้าในเอเชียแปซิฟิกราวๆ 34% กล่าวว่า พวกเขาจะเปิดใจมากขึ้นต่อแบรนด์ที่ลดการใช้บรรจุภัณฑ์ ใน ขณะที่เกือบหนึ่งในสามเลือกเปิดรับแบรนด์ที่บริจาคเพื่อสิ่งแวดล้อม

อะไรคือตัวทำลายประสบการณ์?

การสื่อสารจากแบรนด์ที่ไม่ชัดเจนเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ลูกค้าออนไลน์ตัดสินใจไม่ซื้อสินค้า 28% ของผู้ตอบ แบบสอบถาม กล่าวว่า พวกเขาจะไม่ซื้อสินค้าจากออนไลน์รีเทลที่สื่อสารไม่เกี่ยวข้องกับสินค้า หรือทำการตลาดที่

สื่อสารตัวตนที่ไม่ชัดเจน นอกจากนี้ลูกค้าไม่ชอบปัญหาที่เกิดจากการชำระเงิน 39% กล่าวว่า พวกเขาจะไม่ซื้อสินค้ากับออนไลน์รีเทลที่ไม่รับชำระผ่านบัตรเครดิต ด้าน 25% ของผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่ซื้อสินค้ากับรีเทลออนไลน์ที่ไม่มีระบบชำระเงินปลายทาง ขณะที่หนึ่งในห้าของผู้ตอบแบบสอบถามมีแนวโน้มที่จะยกเลิกการสั่งซื้อหากออนไลน์รีเทลนั้นๆ ไม่มีนโยบายรับคืนสินค้าโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

สำหรับออนไลน์รีเทลที่ต้องการข้อมูลเชิงลึกเพื่อสร้างแคมเปญและวางกลยุทธ์ทางการตลาด และแนวทางส่งต่อประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมเพื่อมัดใจลูกค้าออนไลน์ สามารถดูรายงานฉบับเต็มได้ที่

###

เกี่ยวกับ Magento Commerce

Magento Commerce เป็นโซลูชันการค้าชั้นนำสำหรับลูกค้าและแบรนด์ในอุตสาหกรรม B2C และ B2B เป็นส่วนหนึ่งของ Adobe Experience Cloud และได้รับการขนานนามว่าเป็นผู้นำใน 2019 Gartner Magic Quadrant สำหรับ Digital Commerce Magento Commerce ที่นำเสนอโซลูชัน omnichannel บนคลาวด์ที่ช่วยให้ร้านค้าประสบความสำเร็จในการนำเสนอประสบการณ์ช้อปปิ้งทั้งในรูปแบบดิจิทัลและมีหน้าร้าน Magento เป็นผู้ให้บริการอันดับหนึ่งแก่ผู้ค้าปลีกออนไลน์ Top 1000, B2B 300 และ Top 500 Guide ในประเทศกลุ่มยุโรปและละตินอเมริกา Magento ได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายโซลูชันและพันธมิตรทางเทคโนโลยีที่กว้างขวางทั่วโลก รวมทั้งชุมชนนักพัฒนาที่มีความตั้งใจที่จะพัฒนาประสบการณ์ที่ดีเยี่ยมแก่ผู้ใช้บริการและตลาดอีคอมเมิร์ซที่ใหญ่ที่สุด ทำความรู้จักกับ Magento เพิ่มเติมได้ที่ [www.magento.com](http://www.magento.com)

เกี่ยวกับ อะโดบี

อะโดบีเปลี่ยนโลกผ่านประสบการณ์ด้านดิจิทัล ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ [www.adobe.com](http://www.adobe.com)