แบรนด์ชั้นนำทั่วภูมิภาคสร้างสรรค์ธุรกิจที่มุ่งเน้นประสบการณ์ในการประชุม Adobe Symposium

แบรนด์ชั้นนำทั่วภูมิภาคสร้างสรรค์ธุรกิจที่มุ่งเน้นประสบการณ์ในการประชุม Adobe Symposium

ประสบการณ์ลูกค้าคือปัจจัยใหม่ที่สร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน: นักการตลาดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กว่า 1,000 คนร่วมการประชุมด้านการตลาดดิจิตอลที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาค

กรุงเทพฯ – 17 สิงหาคม 2559– จากงาน Adobe Symposium 2016 ที่ผ่านมาซึ่งเป็นการประชุมด้านการตลาดดิจิตอลที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อผลักดันอนาคตของการตลาดและการปฏิรูปธุรกิจผ่านทาง Adobe Marketing Cloud โดยมีผู้บริหารองค์กรธุรกิจ นักการตลาด สำนักพิมพ์ บริษัทโฆษณา และผู้จัดการคอนเทนต์กว่า 1,000 คน เข้าร่วมการประชุม และรับฟังการบรรยายของนายแบรด เรนเซอร์ รองประธานบริหาร กลุ่มธุรกิจการตลาดดิจิตอลของอะโดบี และนายสุเรช วิตทาล รองประธานฝ่ายกลยุทธ์ด้านการตลาด กลุ่มธุรกิจการตลาดดิจิตอลของอะโดบี พร้อมด้วยแบรนด์ชั้นนำอย่างเช่น Kellogg, Globe Telecom, Singapore Media Development Authority, ANZ Banking Group, Mastercard, Great Eastern Life และ StarHub วิทยากรในการประชุมครั้งนี้จะร่วมอภิปรายเกี่ยวกับความท้าทายและปัญหาสำคัญในการสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่กลมกลืนและสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า

นายพอล ร็อบสัน ประธานประจำภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกของอะโดบี กล่าวว่า “Adobe Symposium เป็นการประชุมด้านการตลาดดิจิตอลที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการสำหรับข้อมูลและแนวคิดทางด้านนี้ และผมรู้สึกตื่นเต้นที่ได้พบปะพูดคุยกับผู้สร้างสรรค์นวัตกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจที่มุ่งเน้นประสบการณ์ของลูกค้า แบรนด์เหล่านั้นมุ่งเน้นการสร้างสรรค์ประสบการณ์สุดประทับใจให้แก่ลูกค้าผ่านทุกช่องทางการติดต่อ ก้าวล้ำนำหน้าคู่แข่งด้วยการสร้างมาตรฐานใหม่สำหรับผู้บริโภค ประสบการณ์ของลูกค้าถือเป็นปัจจัยใหม่ที่จะสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขันให้กับธุรกิจ”

ขับเคลื่อนธุรกิจที่มุ่งเน้นประสบการณ์
เทคโนโลยีดิจิตอลกำหนดมาตรฐานใหม่สำหรับความคาดหวังของลูกค้า ปัจจุบันลูกค้าต้องการและคาดหวังประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยม สอดรับกับรสนิยมของแต่ละคน ผ่านทุกช่องทางที่เกี่ยวข้องกับแบรนด์ ตั้งแต่ร้านค้าปลีกไปจนถึงโมบายล์แอพและเว็บไซต์ ทั้งนี้จำเป็นอย่างยิ่งที่แบรนด์ต่างๆ จะต้องสร้างความเป็นผู้นำโดยอาศัยประสบการณ์ และปฏิรูปองค์กรสู่ธุรกิจที่มุ่งเน้นประสบการณ์ (Experience-led Business)

นาย ร็อด สโตรเธอร์ รองประธานฝ่ายการปฏิรูปดิจิตอลของ StarHub กล่าวว่า “StarHub ตั้งเป้าหมายที่จะนำเสนอประสบการณ์ที่โดดเด่นและเหนือชั้นให้แก่ลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆ รวมถึงเว็บไซต์ StarHub.com แพลตฟอร์มของอะโดบีช่วยให้เราสามารถตรวจสอบติดตาม วิเคราะห์ และซิงโครไนซ์ข้อมูลของเรา เพื่อให้เข้าใจความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น ดังนั้นเราจึงปรับปรุงประสบการณ์บนเว็บไซต์อย่างต่อเนื่อง ด้วยดีไซน์ที่ใช้งานง่าย และเนื้อหาคอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องและมีการนำเสนออย่างทันท่วงที”

นาง คลีเมนต์ ลิม หัวหน้ากลุ่มโครงการการตลาดดิจิตอลและความภักดีของ Great Eastern Life Assurance กล่าวว่า “ที่ Great Eastern Life เราได้พัฒนาต่อยอดแพลตฟอร์มดิจิตอลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เราสามารถดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น ควบคู่ไปกับการนำเสนอประสบการณ์ที่แตกต่างให้แก่ลูกค้า สภาพแวดล้อมธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น และเราเชื่อว่าการปฏิรูปดิจิตอลโดยมุ่งเน้นที่ลูกค้าเป็นหลักคือแนวทางที่ถูกต้อง ความร่วมมือของเรากับอะโดบีช่วยให้เราสามารถปรับปรุงแบรนด์ Great Eastern ให้มีลักษณะแอคทีฟและมุ่งเน้นลูกค้ามากขึ้น เราพบว่ามีแทรฟฟิกเข้าสู่เว็บไซต์ใหม่ของเราเพิ่มขึ้นอย่างมาก และระดับการมีส่วนร่วมของลูกค้าก็เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเช่นกัน”

ระหว่างการประชุม Adobe Symposium อะโดบีได้เปิดตัวเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อช่วยให้แบรนด์ต่างๆ พัฒนาสู่ธุรกิจที่มุ่งเน้นประสบการณ์:

• การพัฒนาประสบการณ์การซื้อสินค้าที่เชื่อมโยงเข้าด้วยกัน: รายงาน eConsultancy ฉบับล่าสุดระบุว่า องค์กรธุรกิจในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกที่ระบุว่ากว่าครึ่งหนึ่งของรายได้จากอีคอมเมิร์ซของบริษัทมาจากธุรกรรมที่ดำเนินการบนอุปกรณ์พกพาโดยตรงมีจำนวนมากกว่าเกือบ 2 เท่าเมื่อเทียบกับองค์กรธุรกิจในยุโรปและอเมริกาเหนือ Adobe Sneaks ซึ่งนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับนวัตกรรมที่ได้รับการพัฒนาใน Adobe Labs จะเผยโฉมตู้บริการ “Adaptive Store” ที่ผนวกรวมข้อมูลส่วนตัวของผู้ซื้อและการแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมเข้ากับประสบการณ์ช้อปปิ้งแบบออฟไลน์

• ความสามารถทางด้าน Virtual Reality: อะโดบีจะสาธิตการนำเสนอประสบการณ์วิดีโอแบบครบวงจรผ่านอุปกรณ์ Virtual Reality (VR) ความสามารถใหม่ๆ ภายใน Adobe Primetime ประกอบด้วยการสร้างรายได้จากโฆษณาสำหรับ VR การสนับสนุนการเล่นคอนเทนต์ที่ปกป้องด้วยเทคโนโลยีการจัดการสิทธิดิจิตอล (Digital Right Management หรือ DRM) (โดยใช้ Adobe Access) สำหรับ Virtual Cinema และวิดีโอ 180/360 VR และการสนับสนุนอุปกรณ์สำหรับ Samsung Gear VR และ Google Cardboard และในอนาคตจะสนับสนุน Oculus Rift และ HTC Vive

การผนวกรวม AdobeExperience Manager และ Adobe FrameMaker: ผู้บริโภคมีความก้าวล้ำเพิ่มมากขึ้นเกี่ยวกับวิธีการค้นหาข้อมูลในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการซื้อสินค้า และมีการอ้างอิงเอกสารด้านเทคนิค เช่น คู่มือการใช้งาน เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน การผนวกรวมโซลูชั่นดังกล่าวจะช่วยให้แบรนด์ต่างๆ สามารถจัดการและจัดพิมพ์เนื้อหา

ด้านเทคนิคที่ซับซ้อนผ่านทุกช่องทาง ทุกอุปกรณ์ และทุกรูปแบบ

ไฮไลต์การประชุม

Adobe Symposium ประกอบด้วยการประชุมย่อยกว่า 50 รายการ ครอบคลุม 4 แนวทางหลักสำหรับหัวข้อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่มุ่งเน้นประสบการณ์ ได้แก่ การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล ประสบการณ์ของลูกค้า การตลาดผ่านหลากหลายช่องทาง และข้อมูลเชิงลึกด้านการตลาดสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี พันธมิตรของอะโดบี รวมถึง WPP Alliance, Deloitte Digital, Mirum Singapore, SapientNitro, Verticurl และ VML จะเข้าร่วมการประชุมครั้งนี้เช่นกัน

สำหรับปีนี้ การประชุม Adobe Symposium จัดแคมเปญ Tweet-for-Good เพื่อระดมทุน 10,000 ดอลลาร์สำหรับ billionBricks สตูดิโอนวัตกรรมที่ไม่แสวงหากำไร โดยจัดหาที่พักและโครงสร้างพื้นฐานอาคารสำหรับคนไร้บ้านและผู้ด้อยโอกาส

ติดตามกิจกรรมผ่านทางโซเชียลมีเดียได้ที่ #AdobeSymp และ Facebook

เกี่ยวกับ Adobe Marketing Cloud

Adobe Marketing Cloud ช่วยให้องค์กรต่างๆ ใช้งาน big data ได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อมัดใจลูกค้าและกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการสร้างเนื้อหาทางการตลาดที่ออกแบบมาเฉพาะตัวสำหรับลูกค้า ผ่านทางอุปกรณ์ดิจิตอลทั้งหลาย โซลูชั่นทั้ง 8 ใน Marketing Cloud ทำงานร่วมกันอย่างกลมกลืน เพื่อให้นักการตลาดมีเทคโนโลยีทางการตลาดที่มุ่งเน้นทางด้านการวิเคราะห์ การจัดการประสบการณ์บนเว็บและแอพพลิเคชั่น การทดสอบและการกำหนดเป้าหมาย การโฆษณา การจัดการกลุ่มเป้าหมาย วิดิโอ การมีส่วนร่วมทางสังคม และการโฆษณาอย่างสอดประสานกัน เมื่อใช้งานร่วมกับ Adobe Creative Cloud จะทำให้สามารถสร้างสินทรัพย์ทางด้านการสร้างสรรค์สำหรับทุกช่องทางการตลาดได้รวดเร็วขึ้น แบรนด์ทั่วโลกหลายพันแบรนด์ รวมทั้งสองในสามองค์กรใน Fortune 50 ต่างใช้บริการ Adobe Marketing Cloud อยู่ในปัจจุบัน

เกี่ยวกับบริษัทอะโดบี ซีสเต็มส์ อินคอร์เปอร์เรทเต็ด

อะโดบีเปลี่ยนโลกผ่านประสบการณ์ด้านดิจิตอล รายละเอียดเพิ่มเติม www.adobe.com/sea

###