

Adobe Sensei ปรับปรุงอีเมลธุรกิจด้วยดีไซน์และเทคโนโลยีอัจฉริยะ



Adobe Sensei ปรับปรุงอีเมลธุรกิจด้วยดีไซน์และเทคโนโลยีอัจฉริยะ

ผลการสำรวจชี้ ผู้บริโภคมีความคาดหวังต่ออีเมลสูงขึ้น สร้างแรงกดดันต่อแบรนด์ต่างๆ

กรุงเทพฯ – 14 กันยายน 2560 – อีเมลยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าเทคโนโลยีใหม่ๆ จะทำให้วิธีการติดต่อสื่อสารของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปก็ตาม ผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับอีเมล (email survey) ประจำปีครั้งที่ 3 ของอะโดบี ซึ่งมุ่งเน้นการศึกษาพฤติกรรมของคนทำงานออฟฟิศในสหรัฐฯ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอีเมลส่วนตัวและอีเมลที่ทำงาน ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคชอบที่จะได้รับการติดต่อจากแบรนด์ต่างๆ ผ่านทางอีเมลเพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม นักการตลาดต้องเผชิญกับความท้าทาย เนื่องจากผู้บริโภคใช้เวลาน้อยลงในการเช็คอีเมล และมักจะลบอีเมลที่ส่งเข้ามายังอินบ็อกซ์ส่วนตัวทิ้งไปราว 40 เปอร์เซ็นต์ ผู้บริโภคต้องการอีเมลที่มีการปรับแต่งเฉพาะบุคคลเพิ่มมากขึ้น โดย 34 เปอร์เซ็นต์ระบุว่าตนเองรู้สึกหงุดหงิดเมื่อแบรนด์ธุรกิจแนะนำสินค้าที่เขาไม่สนใจเลยแม้แต่น้อย

เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมและความคาดหวังในเรื่องอีเมลของผู้บริโภค อะโดบี (Nasdaq:ADBE) จึงได้เปิดตัวนวัตกรรมใหม่ทางด้านอีเมล ซึ่งจะช่วยให้แบรนด์ต่างๆ นำเสนอประสบการณ์ที่เหนือชั้น และหลีกเลี่ยงการส่งอีเมลที่ไร้ประโยชน์ไปยังอินบ็อกซ์ของลูกค้า เทคโนโลยี Adobe Campaign ใน Adobe Marketing Cloud ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Adobe Experience Cloud จะช่วยให้นักการตลาดส่งอีเมลที่น่าสนใจ มีการปรับแต่งให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยอ้างอิงข้อมูลและการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) และการเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning) ผ่านทาง Adobe Sensei ทำหน้าที่ขับเคลื่อนความสามารถด้านการคาดการณ์ของ Adobe Campaign และเมื่อไม่นานมานี้ รายงานว่าด้วยความสามารถที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับการจัดการแคมเปญผ่านหลากหลายช่องทาง (Critical Capabilities for Multichannel Campaign Management) ประจำเดือนกรกฎาคม 2560 ของการ์ทเนอร์ ยกย่องเทคโนโลยีของอะโดบีสำหรับการจัดการอีเมลและแคมเปญ

นายสเตฟาน ดีทริช รองประธานฝ่าย Adobe Campaign กล่าวว่า “ขณะที่แบรนด์ต่างๆ ยังคงใช้แนวทางการตลาดผ่านอีเมลเป็นส่วนประกอบสำคัญในการสร้างสรรค์ประสบการณ์สุดประทับใจอย่างรอบด้าน แต่ก็ต้องรับมือกับความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้นของลูกค้า นวัตกรรมใหม่ทางด้านอีเมลของเรานับเป็นเครื่องยืนยันถึงความเป็นผู้นำของเราในการช่วยให้องค์กรต่างๆ นำเสนออีเมลที่มีการออกแบบอย่างเหมาะสม ช่วยเสริมสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับลูกค้า รวม

ไปถึงการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์ และช่วยปรับปรุงยอดขายในท้ายที่สุด”

ความสามารถใหม่ๆ ของ Adobe Campaign และนวัตกรรมที่เตรียมจะนำเสนอในอนาคต จะช่วยให้นักการตลาดด้านอีเมลสามารถ:

- คาดการณ์เกี่ยวกับรูปภาพที่เหมาะสมที่สุดสำหรับอีเมล: อะโดบีเปิดเผยเกี่ยวกับโครงการอีเมลที่อยู่ระหว่างการพัฒนาในห้องแล็บและจะรวมเข้าไว้ใน Adobe Campaign ในอนาคต โดยจะใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี Adobe Sensei เพื่อเลือกรูปภาพที่เกี่ยวข้องมากที่สุดสำหรับใส่ไว้ในอีเมลเพื่อกระตุ้นความสนใจของลูกค้า เมื่อรูปภาพถูกใส่ไว้ในอีเมล จะมีการคำนวณคะแนนตามข้อมูลอุตสาหกรรมเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ที่ลูกค้ามีต่อรูปภาพที่คล้ายคลึงกันนั้น โดยอ้างอิงจากทรัพยากรข้อมูลกว่า 3 ล้านรายการ อัลกอริทึมจะแนะนำวิธีการปรับเปลี่ยนรูปภาพโดยอัตโนมัติเพื่อเพิ่มการดึงดูดลูกค้า ตัวอย่างเช่น พีเจอร์ตังกล่าวอาจคาดการณ์ว่า อีเมลโปรโมตสินค้าประเภทอุปกรณ์สำหรับกิจกรรมกลางแจ้งในช่วงฤดูใบไม้ผลิจะมีประสิทธิภาพมากกว่าถ้าหากนำเสนอภาพเด็กที่สี่สัปดาห์ 6 คน แทนที่จะใช้ภาพเด็กที่สี่น้ำเงินสำหรับ 2 คน พีเจอร์ตังพัฒนาต่อยอดจากความสามารถในการนำเสนอหัวข้ออีเมลเชิงคาดการณ์ (predictive subject line) ที่พร้อมใช้งานใน Adobe Campaign Standard ในปัจจุบัน

- คาดการณ์การสูญเสียลูกค้า: นอกจากนี้ อะโดบียังเปิดเผยเกี่ยวกับโครงการอีเมลเชิงคาดการณ์ที่ใช้ Adobe Sensei เพื่อวิเคราะห์ความเปลี่ยนแปลงในการใช้งานและการมีส่วนร่วมของลูกค้าสำหรับ Adobe Campaign เช่น จำนวนอีเมลที่ถูกส่งลดลงอย่างมาก ความถี่บ่อยที่เปลี่ยนไปในการใช้พีเจอร์ตังและระยะเวลาของสัญญา เพื่อคาดการณ์ว่าลูกค้ารายใดมีแนวโน้มที่จะเลิกใช้บริการในอนาคต ข้อมูลเชิงลึกที่ว่านี้จะทำให้อะโดบีสามารถให้ความช่วยเหลืออย่างทันท่วงทีแก่ลูกค้าเพื่อแก้ไขปัญหาท้าทายที่ลูกค้ากำลังเผชิญ เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและสร้างผลลัพธ์ที่ดีกว่า และท้ายที่สุดแล้วจะช่วยป้องกันการสูญเสียลูกค้า

- ดำเนินการเกี่ยวกับข้อมูลเชิงลึกอย่างรวดเร็วและง่ายดาย: นักการตลาดอีเมลจำนวนมากไม่มีระบบวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิผลของแคมเปญ จึงเป็นเรื่องยากที่จะปรับเปลี่ยนส่วนที่ไม่เหมาะสมของแคมเปญ เพื่อแก้ไขปัญหาที่ว่านี้ การรายงานแบบไดนามิกของ Adobe Campaign จะนำเสนอข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในทางปฏิบัติในแบบเรียลไทม์ และแสดงผลข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแคมเปญอีเมลโดยไม่จำเป็นต้องอาศัยความเชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์ข้อมูล ตอนนี้ นักการตลาดอีเมลสามารถเจาะลึกข้อมูลในทุกมิติอย่างละเอียด และปรับเปลี่ยนรายงานได้อย่างง่ายดายด้วยอินเทอร์เฟซแบบลากและปล่อย (drag-and-drop) วิธีนี้ช่วยให้สามารถระบุแคมเปญอีเมลที่มีประสิทธิภาพได้อย่างรวดเร็ว รวมไปถึงแคมเปญที่จะต้องปรับเปลี่ยน การรายงานแบบไดนามิกพร้อมใช้งานแล้ว และขยายความสามารถทางด้านฟังก์ชันของ Analysis Workspace ใน Adobe Analytics Cloud ไปสู่ Adobe Campaign โดยตรง

- สร้างแคมเปญอีเมลหลายภาษา: ไม่ต้องวุ่นวายกับการสร้างแคมเปญอีเมลทีละชุดสำหรับแต่ละภาษาอีกต่อไป เพราะอะโดบีจะช่วยให้นักการตลาดขยายแคมเปญให้ครอบคลุมทั่วโลกได้อย่างกลมกลืน ด้วยการผนวกรวมระหว่าง Adobe Campaign และ Adobe Experience Manager ตอนนี้ นักการตลาดอีเมลสามารถสร้างและแปลอีเมลหลาย

ภาษาที่ดึงดูดใจและมีการปรับแต่งให้เข้ากับลูกค้าแต่ละรายได้โดยตรงใน Experience Manager และผสมรวม และนำเสนออีเมลผ่านทาง Adobe Campaign

- ส่งอีเมลที่ออกแบบอย่างเหมาะสม: อะโดบีเพิ่มความสะดวกให้แก่นักการตลาดอีเมลในการออกแบบอีเมลอย่างเหมาะสม โดยมีการเพิ่มเติมเทมเพลตสำเร็จรูปใหม่ๆ อีก 18 เทมเพลต โดยเทมเพลตเหล่านี้มีการจัดวางเลย์เอาต์อย่างสวยงาม รองรับการใช้งานกับอุปกรณ์พกพา สามารถปรับแต่งเพิ่มเติมได้อย่างง่ายดายด้วยเนื้อหาคอนเทนต์ของแต่ละแบรนด์ ลดความยุ่งยากซับซ้อนในการออกแบบอีเมล เทมเพลตดังกล่าวประกอบด้วยอีเมลต้อนรับลูกค้า อีเมลกระตุ้นการมีส่วนร่วมของลูกค้า และอื่นๆ

Adobe Campaign ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Adobe Marketing Cloud รองรับการผสมรวมและการนำเสนอมัลติช่องทางและแคมเปญการตลาดแบบหลายช่องทาง เพื่อขับเคลื่อนประสบการณ์ลูกค้าที่เหมาะสม ใช้งานง่าย และปรับขนาดได้อย่างยืดหยุ่น ลูกค้ากว่า 850 รายไว้วางใจเลือกใช้ Adobe Campaign ในการปรับปรุงกลยุทธ์ด้านการตลาด รวมถึงบริษัทชั้นนำอย่างเช่น AccorHotels, BP Global, Christian Dior, Electronics for Imaging, HD Supply, Heathrow Airport Limited, L'Occitane, Renault, Scandinavian Airlines, Sephora, Travelocity, True Value, UBS และอื่นๆ อีกมากมาย

ลิงค์ข้อมูลเพิ่มเติม

- บล็อกโพสต์ที่เปิดเผยข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภค เขียนโดยคริสติน นารากอน ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ Adobe Campaign:

<https://blogs.adobe.com/conversations/2017/08/customers-are-still-email-obsessed-but-theyre-finding-more-balance.html>

- รายงานฉบับสมบูรณ์สำหรับผลการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับอีเมลของผู้บริโภค:

<https://www.slideshare.net/adobe/adobe-consumer-email-survey-report-2017>

เกี่ยวกับ Adobe Marketing Cloud

Adobe Marketing Cloud ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ Adobe Experience Cloud ช่วยเสริมศักยภาพให้แก่นักการตลาดในการนำเสนอประสบการณ์ที่สร้างความแตกต่างให้กับแบรนด์ธุรกิจ Adobe Marketing Cloud ซึ่งประกอบด้วย Adobe Campaign, Adobe Experience Manager, Adobe Target, Adobe Social และ Adobe Primetime จะช่วยให้แบรนด์ต่างๆ สามารถจัดการ ปรับแต่ง ปรับปรุง และผสมรวมเนื้อหาคอนเทนต์ แคมเปญ และประสบการณ์ลูกค้าได้อย่างเหนือชั้น นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมโยงกับ Adobe Creative Cloud จึงเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการใช้งานทรัพยากรด้านครีเอทีฟผ่านทุกช่องทางการตลาด

เกี่ยวกับ Adobe Sensei

Adobe Sensei เป็นกรอบโครงสร้างและชุดบริการอัจฉริยะที่รวมอยู่ใน Adobe Cloud Platform ซึ่งจะช่วยปรับปรุงการออกแบบและนำเสนอประสบการณ์ดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ Adobe Sensei ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรข้อมูล

และเนื้อหาคอนเทนต์จำนวนมากมหาศาลของอะโดบี รวมไปถึงความเชี่ยวชาญที่ลึกซึ้งของอะโดบีในด้านครีเอทีฟ การตลาด และเอกสาร ภายในกรอบโครงสร้างของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์/การเรียนรู้ของเครื่อง (Artificial Intelligence/Machine Learning) ที่ผสมรวมเข้าด้วยกัน หากต้องการรายละเอียดเพิ่มเติม คลิกไปที่ adobe.com/go/sensei

เกี่ยวกับอะโดบี

อะโดบีเปลี่ยนโลกผ่านประสบการณ์ด้านดิจิทัล รายละเอียดเพิ่มเติม www.adobe.com/sea

ติดตามอะโดบีผ่านเฟสบุ๊กที่ <https://www.facebook.com/AdobeSEA/>