Adobe Summit โชว์นวัตกรรม AI/ML และ Mixed Reality ไฮไลท์เทคโนโลยีการตลาดปลุกแบรนด์เร่งสร้างการแข่งขัน

โดย สตีฟ แฮมมอนด์ ผู้บริหารฝ่ายผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์ลูกค้า และเทคโนโลยีการตลาด ที่ Adobe

ทุกๆ ปี อะโดบีจะระดมมุมมองความคิดเห็น ความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์เชิงธุรกิจจากพนักงานของอะโดบีกว่า 21,000 คนทั่วโลก ตั้งแต่ วิศวกร Data Scientist ไปจนถึง UX designer, Product Manager มาสกัดเป็นไอเดียเพื่อพัฒนาแนวทางหรือนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ช่วยให้แบรนด์ต่างๆใช้สื่อสาร และตอบสนองความต้องการของลูกค้า วันนี้เราได้รวบรวมเทคโนโลยีล่าสุดจากการนำเอาศักยภาพของ AI/ML และ Mixed Reality (MR) ไว้ใน 7 โปรเจกต์ที่ยอดเยี่ยม ภายในงาน Adobe Summit

ไฮไลท์ที่สร้างความตื่นเต้นให้กับงาน Adobe Summit ที่เราไม่พูดไม่ถึงไม่ได้ คือ โชว์เคสรอบ Sneak ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนนวัตกรรมของอะโดบี ตลอดเวลา 9 ปีที่ทีมของเราได้ร่วมกันสร้างสรรค์ไอเดียจนต่อยอดเป็นนวัตกรรมที่ช่วยแบรนด์ต่างๆ บริหารจัดการประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience Management – CXM) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ระบบวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าด้วย Adobe Analytics คือหนึ่งในผลงานล่าสุดที่นำศักยภาพของปัญญาประดิษฐ์ (AI) และแมชชีนเลิร์นนิ่ง (ML) มาช่วยแบรนด์ทำการบ้านในการหาวิธีให้ลูกค้ามีส่วนร่วมกับแบรนด์ทั้งในโลกดิจิทัลและโลกจริง ระหว่างช่วง Sneaks เราได้หยิบตัวอย่างธุรกิจค้าปลีกที่แบรนด์ได้ทดลองใช้เป็นครั้งแรก ซึ่งเป็นการใช้ดิจิทัลดึงดูดให้ลูกค้ากลับไปใช้บริการหน้าร้าน

รอบ Sneaks ในงาน Adobe Summit 2020 มีโชว์เคสที่เป็นไฮไลท์ดังนี้:

เปลี่ยนเสื้อผ้าด้วยพลังจาก AI เมื่อช้อปผ่าน e-commerce

ร้านค้าปลีกออนไลน์พยายามอย่างหนักเพื่อปล่อยคอลเลคชั่นแฟชั่นออกมาในแต่ละไตรมาส เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคด้วยแฟชั่นล่าสุด แบรนด์ดังอย่าง Zara ที่ส่งคอลเล็กชั่นใหม่ๆ สู่ตลาดแฟชั่นมากถึง 12,000 แบบต่อปี ซึ่งโดยทั่วไปเราได้เห็นแบรนด์เก็บคอลเล็กชันเสื้อผ้า รองเท้า และไอเท็มที่คนต้องมี ในรูปแบบภาพถ่ายแฟชั่น ผ่านเลนส์กล้องของช่างภาพจะเน้นอารมณ์นางแบบ นายแบบที่ถ่ายทอดเอกลักษณ์ของแบรนด์ เพื่อดึงดูดเหล่านักช้อปให้เห็นถึงสไตล์ของแบรนด์และการสวมใส่บนเรือนร่างจริง แต่งานนี้อะโดบีนำเสนอโชว์เคสโปรเจกต์ X ผ่าน Adobe Experience Manager ที่ดึงเอา AI มาช่วยจัดการในกระบวนการดังกล่าวให้ง่ายดายขึ้น โดยแต่ละครั้งที่มีการเปิดตัวคอลเลคชันใหม่ๆ ออกมา AI จะเข้ามาช่วยจัดวางเสื้อผ้าให้เข้ารูปกับส่วนโค้งส่วนโค้งของนางแบบ นายแบบ ซึ่งช่วยให้ทีมงานได้ภาพโปรโมทแฟชั่นจากหลายมุมมอง จากผลการศึกษาล่าสุดระบุว่า มากกว่า 75% ของสาวนักช้อปพึงพอใจแบรนด์ที่สามารถนำเสนอความหลากหลายของนางแบบ นายแบบจากหลายเชื้อชาติในโฆษณา นอกจากนี้ในฝั่งของผู้บริโภค เทคโนโลยีเดียวกันในโปรเจกต์ X ยังเปิดโอกาสให้นักช้อปสามารถเห็นชุดเสื้อผ้าแบบเต็มๆบนตัวนางแบบได้ทุกมุม

สนับสนุนให้บุคคลทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงคอนเทนต์การตลาดได้มากขึ้น

องค์การอนามัยโลกประเมินว่า 285 ล้านคนทั่วโลกทรมานกับความบกพร่องทางการมองเห็น ในสหรัฐอเมริกา พบว่ามีประชากรมากกว่า 43 ล้านคนเผชิญกับโรคดิสเล็กเซีย (Dyslexia) คือ ความบกพร่องในการอ่านและเขียน หรือความผิดปรกติเฉพาะด้านการเรียนรู้ เมื่อผู้บริโภคกลุ่มนี้ต้องการมีส่วนร่วมกับแบรนด์ที่ตนชื่นชอบ พวกเขามักจะได้รับประสบการณ์ดิจิทัลร่วมกับแบรนด์ได้ไม่เต็มที่ ดังนั้น โปรเจกต์ X ของอะโดบีช่วยให้นักการตลาดสามารถสร้างสรรค์คอนเทนต์ในแคมเปญที่แตกต่างออกไป ไม่ว่าจะอยู่บนอีเมลล์หรือแลนดิ้งเพจกลุ่มบุคคลที่มีความบกพร่องทางการมองเห็น หรือความบกพร่องทางการเรียนรู้ ก็สามารถมีส่วนร่วมกับแบรนด์ได้ โดยการผนวกรวมเข้ากับแอปอย่าง Adobe Campaign ซึ่งมีวิดเจ็ตตรวจจับภาพ หรือลอก (copy) ประเด็นที่ไม่เป็นไปตามข้อบังคับของ Web Content Accessibility Guidelines (คล้ายๆการตรวจสอบการสะกดคำ) ระบบจะชี้นำจุดที่มีปัญหาเรื่องการตัดกันของสี สำหรับกลุ่มคนที่มีปัญหาทางสายตาอย่างถาวร ระบบจะทำให้มั่นใจว่า screen readers จะอ่านข้อมูลอย่างถูกต้องแม่นยำ ซึ่งนับเป็นความท้าทายที่แบรนด์ประสบพบเจอมาอย่างยาวนาน แล้วนักการตลาดก็สามารถแก้ปัญหาได้อย่างตรงจุดโดยไม่รบกวนเวิร์คโฟลว์ที่มีอยู่

AI สำหรับครีเอทภาพทีเซอร์ และแคปชั่น

เมื่อคอนเทนต์ถูกสร้างขึ้นบนบล็อกโพสต์ของแบรนด์ในช่วงวันหยุด หรือมาในรูปแบบบทความท่องเที่ยวก็ตาม นักการตลาดย่อมต้องใช้ภาพทีเซอร์เพื่อดึงดูดความสนใจผู้อ่าน ในแต่ละปีมีบทความจากแบรนด์ต่างๆ มากกว่าพัน

ชิ้นถูกตีพิมพ์ออกมา ผ่านกระบวนการที่ยากลำบากและใช้เวลานาน และบ่อยครั้งที่ทีเซอร์ถูกเลือกโดยปราศจากการอ้างอิง หรือไม่มีการใช้ดาต้ามาวิเคราะห์กลุ่มผู้อ่านแต่ละกลุ่ม แต่ด้วยโปรเจกต์ X ของอะโดบีที่ได้พลัง AI มาช่วยทำให้กระบวนการการผลิตทีเซอร์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และตรงใจกลุ่มลูกค้ามากขึ้น ด้วยเทคโนโลยี Adobe Sensei จะเริ่มวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากคอนเทนต์ จากนั้นจึงผลิตภาพและแคปชั่นโดยอ้างอิงจากเรื่องราว เลเยอร์ชั้นข้อมูลของ Personalization จะใช้ AI ช่วยคัดเลือกภาพให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ต่างกัน เช่น บางกลุ่มต้องการคอนเทนต์ที่เป็น informative มากกว่าดูภาพ รวมถึงการเลือกใช้แคปชั่นที่มีผลต่ออารมณ์และความสนใจของผู้อ่าน

สร้าง Customer Segments ด้วย Natural Language

ด้วยการทำงานของ Adobe Experience Platform แบรนด์สามารถรวบรวมข้อมูลจากช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ บันทึกข้อมูลการขาย (POS) หรือแม้แต่ข้อมูลจากคอลเซ็นเตอร์ เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ในการสร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่ (new customer segments) และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ อย่างไรก็ตามการสร้างกลุ่มเป้าหมายต้องอาศัยการจัดเก็บข้อมูลเชิงลึก หาความเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย และรวบรวมและนำไปใช้ในทางที่ถูกต้อง อะโดบีจึงนำเสนอโปรเจกต์ X การทดลองใช้อินเทอร์เฟส language-based ใน Adobe Experience Platform เพื่อแก้ปัญหาเหล่านี้ โดยช่วยให้ผู้ใช้งานไม่ว่าจะอยู่เลเวลไหนก็สามารถสร้างกลุ่มลูกค้าที่มีประสิทธิภาพโดยไม่จำเป็นต้องรู้ว่าข้อมูลถูกสร้างมาอย่างไร นั่นหมายถึงนักการตลาดสามารถเข้าถึง “สาวนิวยอร์กที่เพิ่มรายการช้อปปิ้งรองเท้าไว้ในตะกร้าออนไลน์ และจะไปรับของที่ร้าน” โดยระบบจะทำการวิเคราะห์คำถาม เจาะลึกข้อมูลเชิงลึกด้วย Adobe Experience Platform และนำเสนอกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมให้กับผู้ใช้งาน

เพิ่มคำอธิบายสุดล้ำในเอกสารดิจิทัลด้วย Mixed Reality

การทำงานบนเครื่องมือดิจิทัลมาร์เก็ตติ้งจะง่ายกว่าที่ผ่านมา แต่หลายคนยังคงอยากอ่านข้อมูลจากเปเปอร์ฉบับจริง ทว่าการแชร์ไอเดียระหว่างเอกสารดิจิตอลกับโลกจริงแทบจะเป็นไปไม่ได้ ทว่าปัจจุบัน อะโดบีคลอดโปรเจกต์ใหม่จาก Adobe Document Cloud และ Adobe Experience Platform ซึ่งใช้ Augmented Reality (AR) มาช่วยแก้ปัญหาการเชื่อมต่อระหว่างโลกดิจิตอลกับโลกจริง เช่น ฝ่ายการตลาดและฝ่ายครีเอทีฟสามารถอัพเดทแคตาล็อกสินค้าในเวลาเดียวกันได้ โดยฝ่ายครีเอทีฟสามารถคอมเมนต์ภาพสินค้าจากเครื่องมือใน Document Cloud ขณะที่ฝ่ายการตลาด (ที่กำลังเดินทางโดนรถไฟ) สามารถอ่านคอมเมนต์ต่างๆ ของฝ่ายครีเอทีฟบนแคตาล็อกตัวจริงได้จากการแค่ “หมุนโทรศัพท์มือถือของตัวเอง” เหนือแคตาล็อกตัวจริงผ่านการทำงานของ AR โดยที่ฝ่ายการตลาดยังสามารถเพิ่มคอมเมนต์ด้วยการพูดผ่านโทรศัพท์มือถือ โดยคำพูดเหล่านั้นจะถูกแปลงเป็น text ในไฟล์ PDF เพื่อให้ฝ่ายครีเอทีฟสามารถอ่านได้ทันที

สร้าง Customer Journey เชิงลึกแบบเรียลไทม์

จินตนาการถึงสถานการณ์เมื่อแบรนด์ต้องการสร้างสัมพันธภาพอย่างต่อเนื่องกับกลุ่มลูกค้าประเภทที่ “เงียบหายไปเป็นเดือน” ทีมการตลาดจะเริ่มต้นสร้าง journey ที่แตกต่างกันออกไป โดยเริ่มต้นจากการแบ่งกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะเดียวกันออกเป็นกลุ่มๆ จากนั้นจึงออกแบบวิธีการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆที่เหมาะสม ตัวอย่างเช่น ลูกค้ากลุ่มหนึ่งอาจถูกจัดอยู่ในจำพวก “ยอมให้กับสินค้าลดราคา” (Discount Lovers) แบรนด์จึงต้องรอเวลานานกว่า journey ของลูกค้าจะจบ (อาจใช้เวลานานกว่าสัปดาห์) จึงจะทราบว่าแผนการตลาดที่ใช้นั้นเวิร์คหรือไม่ อะโดบีจึงพัฒนาโปรเจกต์ X ใน Adobe Campaign ที่ช่วยให้แบรนด์สามารถติดตาม journey ของผู้บริโภคได้แบบเรียลไทม์ และแนะนำวิธีการสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างตรงโจทย์ ตัวอย่างเช่น ทีมทราบว่ามีเพียง 1% เท่านั้นของกลุ่มลูกค้าที่ “ยอมให้กับสินค้าลดราคา” เข้าร่วมแคมเปญโปรโมชั่นที่แบรนด์จัด Adobe Sensei จะใช้พลังของ AI และ M/L มาช่วยวิเคราะห์รูปแบบและระบุหาสาเหตุของการไปไม่ถึงเป้านี้ ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้อาจจะเป็นเพราะลูกค้าต้องการรับข้อมูลข่าวสารที่ตอบคำถามพวกเขาเรื่อง “วิธีการใช้บริการ” ที่ไม่ใช่ส่วนลดอีกต่อไป โดย Adobe Sensei จะช่วยสร้าง journey ใหม่ๆที่ตอบโจทย์ลูกค้าที่แตกต่างกันออกไปเพื่อให้ลูกค้ากลับมามีส่วนร่วมกับแบรนด์เหมือนเดิม

แนวคิด No-Code Interface สำหรับการผนวกรวมระบบที่สร้างขึ้นเอง

เพื่อสร้างประสิทธิภาพในการทำงาน (productivity) สูงสุด แบรนด์จึงสร้างแอปพลิเคชั่น (custom apps) เพื่อให้เทคโนโลยีของพวกเขาสามารถสื่อสาร แลกเปลี่ยนคอนเทนต์ และข้อมูลกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตัวอย่างเช่น ใน Adobe Exchange มีหลายแอปที่สามารถเชื่อมต่อเครื่องมือใน Adobe Creative Cloud, Experience Cloud และ Document Cloud ด้วยเทคโนโลยีภายนอก อะโดบีจึงพัฒนาในโปรเจกต์ X ซึ่งเป็น No-Code Interface ในการสร้างแอปพลิเคชัน (custom apps) และสร้างเวิร์คโฟลว์ใหม่ในการทำงาน ผู้จัดการด้านอีคอมเมิร์ซสามารถใช้แพลตฟอร์ม Adobe Experience Manager (AEM) เพื่อเข้าถึงภาพบนเว็บไซต์ ทีมงานสามารถจัดเรียงลำดับกิจกรรมที่อัพโหลดภาพแคมเปญผ่าน Adobe Creative Cloud และใช้ AI จาก Adobe Sensei มาเซตขนาด และความคมชัดภาพของตามข้อบังคับของแต่ละแบรนด์ รวมถึงช่วยแต่งภาพนางแบบตั้งแต่คางจนถึงนิ้วมือ หรือการสวอชภาพด้วย Photoshop ก่อนปิดท้ายด้วย Adobe I/O ติดแท็กเพื่อให้ภาพค้นหาได้ง่ายในอนาคต ทุกขั้นตอนที่กล่าวมานั้นสามารถทำได้โดยไม่ต้องเขียนโค้ดใดๆ เพียงแค่ใช้ประสิทธิภาพขั้นสูงจาก Adobe Experience Cloud เมื่อภาพถูกเปิดใช้ ผู้จัดการอีคอมเมิร์ซก็จะมีคลังภาพ (ก่อนการปรับแต่ง) ตามกฎข้อบังคับของแต่ละแบรนด์ ช่วยให้ประหยัดเวลาและพลังงาน และสามารถเอาเวลาไปทำงานอย่างอื่นที่มีประโยชน์ต่อธุรกิจมากกว่า