

Adobe Summit 2016: ดันธุรกิจสร้างประสบการณ์ใหม่ในยุคดิจิทัล



Adobe Summit 2016: ดันธุรกิจสร้างประสบการณ์ใหม่ในยุคดิจิทัล

บริษัทอะโดบีนำเสนอวิสัยทัศน์ ขยายแพลตฟอร์มการวิเคราะห์ข้อมูล รองรับอีกก้าวของการเปลี่ยนแปลงระบบซอฟต์แวร์องค์กร

กรุงเทพฯ – 28 มีนาคม พ.ศ. 2559 – จากงาน Adobe Summit ซึ่งเป็นงานสัมมนาประจำปีด้านดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง (Digital Marketing) ของอะโดบีที่จัดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา ภายในงานปีนี้ อะโดบีมีโซวนวัตกรรมใหม่เกี่ยวกับ Adobe Marketing Cloud งาน Adobe Summit คือสุดยอดงานสัมมนาผู้นำอุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นเกี่ยวกับการตลาดและการเปลี่ยนแปลงธุรกิจสำหรับอนาคต โดยปีนี้มีผู้เข้าร่วมงานกว่าหมื่นคน ซึ่งมากที่สุดกว่าทุกครั้งที่เคยจัดมา อะโดบีโซวความโดดเด่นของความสำเร็จด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการตลาด และในงานนี้ นาย จอห์น คลูนีย์ นักแสดงและผู้กำกับภาพยนตร์รางวัลออสการ์ โทมัส มิทเดลดิช ดาวเด่นแห่งซิลิคอน วาลเลย์ รวมทั้ง นาย ดอนนี่ ออสมอนด์ นักร้องชื่อดัง และ นางแอนน์ วอมบัก นักฟุตบอลหญิงแชมป์โลก ได้มาเล่าถึงวิธีการที่เปลี่ยนแปลงธุรกิจของแต่ละท่านให้เข้ากับโลกดิจิทัลในปัจจุบันว่าทำได้อย่างไร นอกจากนี้ ยังมีผู้บริหารจาก Cirque de Soleil, Comedy Central, Mattel, McDonald's และ Royal Bank of Scotland มาร่วมแชร์ประสบการณ์ที่พบเจอในฐานะแบรนด์ชั้นนำเกี่ยวกับวิธีการที่พวกเขากำลังเผชิญเพื่อเปลี่ยนผ่านธุรกิจไปสู่ยุคของอุตสาหกรรมครั้งใหญ่: ยุคของ”พลังการสร้างประสบการณ์ทางธุรกิจ”

ธุรกิจสร้างประสบการณ์

คลื่นลูกที่สามทางด้านซอฟต์แวร์สำหรับองค์กรอยู่ตรงหน้าเราแล้ว – และมันจะมาปฏิรูปการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ถูกสร้างขึ้น, การนำเสนอ และการทำการตลาด คลื่นพลังการเปลี่ยนแปลงลูกแรกคือ “ระบบหลังบ้านของธุรกิจ หรือที่เรียกกัน back-office” กับซอฟต์แวร์ที่สร้างขึ้นมาเพื่อจัดการภายในองค์กร เช่น การจัดการคลังสินค้า การจัดการบัญชีเงินเดือน และระบบบัญชีของบริษัท มาถึงคลื่นพลังการเปลี่ยนแปลงลูกที่สองคือ “ระบบบริการส่วนหน้า หรือ front-office” ซึ่งช่วยให้องค์กรใช้ข้อมูลภายในเพื่อให้บริการลูกค้าได้ดีขึ้น องค์กรที่ใช้ซอฟต์แวร์ที่สามารถทำงานรองรับคลื่นพลังการเปลี่ยนแปลงทั้งสองลูกนี้ได้ก่อนองค์กรอื่น สามารถช่วงชิงความได้เปรียบเหนือคู่แข่งอย่างเห็นได้ชัด จนมาถึงปัจจุบันนี้ เราค้นพบว่า เรากำลังอยู่ในช่วงเริ่มต้นของ “คลื่นพลังการเปลี่ยนแปลงลูกที่สาม”

ในโลกดิจิทัลปัจจุบันที่ข้อมูลหลากหลายและเต็มไปด้วยโอกาสต่างๆ ทำให้ความคาดหวังของลูกค้าพุ่งสูงขึ้นอย่างที่ไม่

ไม่เคยมีมาก่อน มีทางเดียวที่องค์กรต่างๆ จะเติบโตในสิ่งแวดล้อมเช่นนี้ได้ นั่นคือ “การเป็นธุรกิจสร้างประสบการณ์” องค์กรจำเป็นต้องสร้างประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวและน่าเย้ายวนให้กับลูกค้าแต่ละคนโดยเฉพาะในทุกๆ ครั้งที่มีการติดต่อกัน ทั้งทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชันพกพา ไปจนถึงจุดที่มีการซื้อขายเกิดขึ้น

ในงาน Adobe Summit ปีนี้ อะโดบีได้เปิดตัว Adobe Marketing Cloud รุ่นใหม่เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจการสร้างประสบการณ์ และอะโดบียังเพิ่มความสามารถของ Adobe Cloud Platform รวมทั้งความก้าวหน้าต่างๆ ให้ลูกค้าและผู้พัฒนาของบริษัทอะโดบีได้ชม มีการคาดว่าเครื่องมือใหม่อย่าง Adobe Marketing Cloud Device Co-op จะเชื่อมต่ออุปกรณ์ถึง 1.2 พันล้านเครื่อง ส่วน Over-the-Top (OTT) ใหม่ จะทำให้ผู้ออกอากาศและผู้ให้บริการโทรทัศน์แบบคิดเงิน สามารถให้ผู้ชม Apple TV, Microsoft Xbox, Roku ฯลฯ ได้รับประสบการณ์การรับชมที่ดีกว่าระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิม อะโดบียังนำเสนอความสามารถด้านการจัดการข้อมูลแบบใหม่ ที่ทำให้องค์กรต่างๆ สามารถคาดการณ์และส่งมอบประสบการณ์ที่ถูกต้องเหมาะสมให้กับลูกค้าได้ ทั้งทางเว็บ ทางแอปพลิเคชัน และทางจุดขายต่างๆ ในทุกอุปกรณ์ที่ใช้งาน

นายแบรด เรนเซอร์ – รองประธานบริการและผู้จัดการทั่วไปด้านธุรกิจการตลาดดิจิทัลของอะโดบีกล่าวว่า “ทุกองค์กรควรใส่ใจกับประสบการณ์ที่มอบให้กับลูกค้า อะโดบีเราตั้งใจให้องค์กรที่เป็นลูกค้าของเราสามารถมอบประสบการณ์ที่โดดเด่น สม่่าเสมอ และเหมาะสมกับลูกค้าของพวกเขา”

อัปเดต Adobe Cloud Platform

ความก้าวหน้าครั้งใหม่ของ Adobe Cloud Platform ยังรวมทั้งการอัปเดต Adobe Exchange ศูนย์รวมแอปพลิเคชันนับร้อย และยังทำงานร่วมกับแอปพลิเคชันอื่นๆ เช่น Turn, Microsoft Dynamics CRM, Tremor Video เป็นต้น เพื่อขยายขอบเขตความสามารถของ Adobe Marketing Cloud ออกไปอีก การเปิดตัว Adobe.io ซึ่งเป็น developer portal ใหม่ของอะโดบี ทำให้นักพัฒนาสามารถดาวน์โหลด Adobe Marketing Cloud software development kit (SDK) ไปใช้ได้ และยังสามารถเข้าถึง routine และ Protocols ของ application program interface (API) ได้อย่างง่ายดายอีกด้วย

เครื่องมือใหม่ Adobe Certified Metrics บน Adobe Cloud Platform และใช้ Adobe Analytics ในการวิเคราะห์สร้างขึ้นมาเพื่อเก็บข้อมูลของผู้ใช้งานในระบบดิจิทัล และวัดผลได้อย่างแม่นยำและมีมาตรฐาน ด้วยการใช้งาน Adobe Certified Metrics ผู้ให้บริการนี้ อาทิเช่น คอมสเกอร์ และ นีลเส็น สามารถให้ข้อมูลการเข้าชมทั้งทางโทรทัศน์และทางดิจิทัลได้อย่างสมบูรณ์ เพื่อเพิ่มโอกาสในการหารายได้จากโฆษณา และด้วยข้อมูลจาก Adobe ผู้ให้บริการเคเบิลเน็ตเวิร์ค, บริการทีวีแบบเสียเงินเข้าชม และ Digital Publishers สามารถวัดข้อมูลผู้ชมสื่อได้อย่างแม่นยำ และสร้างรายได้จากเนื้อหาจากช่องทางต่างๆ ได้ รวมทั้งจากทางโทรทัศน์แบบดั้งเดิม เทปวิดีโอ วิดีโอออนไลน์ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เกมคอนโซล และกล่องอุปกรณ์ต่อเชื่อมต่างๆ อีกด้วย

ทำงานข้ามอุปกรณ์และครอบคลุมบนโมบายล์ (Cross-Device Coop & Mobile)

- อะโดบีเปิดตัว Adobe Marketing Cloud Device Co-op เครื่องมือที่ทำให้สามารถนำข้อมูลจากอุปกรณ์จาก

แบรนด์ชั้นนำระดับโลก มาใช้งานร่วมกัน เพื่อระบุว่าผู้ใช้งานมีพฤติกรรมในการเปลี่ยนอุปกรณ์การใช้งานอย่างไร — แต่ก็ยังรักษามาตรฐานความเป็นส่วนตัวและความโปร่งใสในระดับสูงเอาไว้ เครื่องมือ Co-op นี้จะช่วยให้แบรนด์ที่เข้าร่วมสามารถนำเสนอประสบการณ์ที่ออกแบบมาเฉพาะสำหรับผู้ใช้งานแต่ละคนทางอุปกรณ์และแอปพลิเคชันต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมทีละมากๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- อะโดบียังเปิดตัวนวัตกรรมใหม่ทางด้านการตลาดบนมือถือในงานนี้อีกหลายอย่าง การทำงานร่วมกันระหว่าง Adobe Experience Manager Mobile กับ Apache Cordova ช่วยให้ลูกค้าของอะโดบีสร้างส่วนต่อขยายในแอปพลิเคชันสำหรับอุปกรณ์พกพา ที่ทำให้ผู้ใช้งานได้รับประสบการณ์ที่สมบูรณ์ขึ้น Adobe Experience Manager Mobile ช่วยให้การบวนการสร้างและจัดการแอปพลิเคชันขององค์กรนำใช้งานมากขึ้น และใช้งานง่ายเหมือนกับแอปพลิเคชันสำหรับผู้ใช้งานทั่วไปอีกด้วย วันนี้ ผู้ร่วมงานด้านเทคโนโลยีกับอะโดบีหลายรายได้ประกาศว่า จะขยายความสนับสนุนกับ Adobe Experience Manager ไปยังอุปกรณ์พกพาอีกด้วย
- Mobile Core Services เปิดข้อเสนอใหม่ให้กับแบรนด์ต่างๆ เพื่อตอบสนองลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ความสามารถในการเชื่อมต่อแบบใหม่ของอะโดบีใน Adobe Marketing Cloud ทำให้แบรนด์สามารถนำเสนอโปรโมชันที่จะพาลูกค้าไปยังเพจผลิตภัณฑ์ภายในแอปพลิเคชันได้โดยตรง ลดขั้นตอนการใช้งาน และสร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้นสำหรับลูกค้า

นำเสนอความสามารถใหม่สำหรับ OTT

- อะโดบีเปิดเผยความสามารถใหม่ใน Adobe Primetime สำหรับระบบ OTT ทำให้ผู้ให้บริการโทรทัศน์ทั้งระบบทั่วไปและแบบจ่ายเงิน สามารถนำเสนอเนื้อหารายการและโฆษณาที่เหมาะสมกับผู้ชมแต่ละคนได้ดีขึ้นผ่านเครื่อง OTT และด้วยการใช้งานร่วมกับ Adobe Marketing Cloud ผู้ผลิตรายการสามารถเพิ่มจำนวนผู้ชมใหม่ รักษาผู้ชมเดิมเอาไว้ และสามารถสร้างรายได้จากผู้ชมรายการได้อีกด้วย

ความสามารถด้านการจัดการข้อมูล Data Science & Sneaks

- อะโดบียังประกาศเรื่อง ความสามารถด้านการจัดการข้อมูล (data science capabilities) แบบใหม่ รวมถึง Smart Tags, a TV Recommendation Engine, Automated Insight for Advertising และ email optimizations ผ่านหัวข้อเนื้อหา ความสามารถเหล่านี้มาจากกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลที่ก้าวหน้ามากขึ้น อัลกอริทึมใหม่นี้ทำให้กระบวนการหาข้อมูลเชิงลึกจากข้อมูลดิบนับพันล้านชุดทำได้ง่ายขึ้น ซึ่งช่วยให้นักการตลาดสามารถตัดสินใจทางธุรกิจได้ดีขึ้น และยังสามารถประโยชน์จากคำแนะนำและการคาดการณ์ที่พวกเขาไม่เคยรู้มาก่อน
- อะโดบียังให้ผู้เข้าชม Adobe Summit ได้ชม “Sneaks” — เป็นการโชว์ตัวอย่างของนวัตกรรมใหม่ๆ ทางเทคโนโลยีที่กำลังพัฒนาภายใน Adobe Labs ตัวอย่างหนึ่งที่น่าสนใจก็คือ: การเชื่อมต่อ Adobe Experience Design CC เข้ากับ Adobe Experience Manager Mobile เพื่อช่วยให้นักออกแบบสามารถทำงานออกแบบ UX สำหรับแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์พกพาเข้าสู่กระบวนการผลิตได้ดีขึ้น

สำหรับข้อมูลเพิ่มเติมและข่าวเกี่ยวกับ งาน Adobe Summit สามารถเข้าไปติดตามได้ที่ Adobe Conversations blog.

เกี่ยวกับบริษัทอะโดบี

อะโดบีเปลี่ยนโลกผ่านประสบการณ์ด้านดิจิทัล รายละเอียดเพิ่มเติม www.adobe.com/sea.