

MachineVantage บริษัทด้านปัญญาประดิษฐ์และ การเรียนรู้ของเครื่องจักร ได้รับเงินทุนสนับสนุนจาก IRI และ Unilever Ventures



MachineVantage บริษัทด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI) และการเรียนรู้ของเครื่องจักร (ML) ได้รับเงินทุนสนับสนุนจาก IRI และ Unilever Ventures โดย MachineVantage เป็นผู้เชี่ยวชาญในการนำอัลกอริทึม AI และ ML มาประยุกต์ใช้ในการวางกลยุทธ์การตลาดและการคิดค้นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์

MachineVantage (www.machinevantage.com) ซึ่งให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคและนวัตกรรมทางการตลาดเป็นหลัก ได้นำอัลกอริทึม AI และ ML อันเป็นกรรมสิทธิ์ของบริษัท มาใช้ในการคิดค้นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ วิทยาศาสตร์แบรนด์ การสร้างแรงบันดาลใจในเชิงสร้างสรรค์ รวมถึงการสร้างจุดขายในโลกดิจิทัลและร้านค้าปลีก บริษัททำงานร่วมกับลูกค้าซึ่งเป็นองค์กรข้ามชาติรายใหญ่ในอเมริกาเหนือ ตลอดจนตลาดระดับปัจเจกบุคคลในยุโรป เอเชียแปซิฟิก ละตินอเมริกา และตะวันออกกลาง

MachineVantage อยู่ในเมืองเบิร์กลีย์ รัฐแคลิฟอร์เนีย และก่อตั้งขึ้นในปี 2559 โดย Dr. A. K. Pradeep ซึ่งเป็นผู้บุกเบิกศาสตร์การตลาดแบบ “นิวโรมาร์เก็ตติ้ง” (neuromarketing) ศาสตร์แขนงใหม่ที่นำองค์ความรู้ด้านประสาทวิทยาศาสตร์มาใช้ในการตลาด เขาเป็นเจ้าของบริษัท NeuroFocus ที่เป็นผู้ดำเนินในศาสตร์แขนงนี้ ซึ่งถูก Nielsen เข้าซื้อกิจการในปี 2554 จากนั้นบริษัทบริการด้านซอฟต์แวร์ BoardVantage ที่เขาก่อตั้งขึ้นก่อนหน้านั้น ก็ถูก Nasdaq ซื้อกิจการในปี 2559

Dr. Pradeep กล่าวว่า “ปัจจุบัน นักการตลาดระดับหัวกะทิของโลกจำนวนมากต่างพยายามนำพลังของอัลกอริทึม AI และ ML มาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และสิ่งที่ทำให้ MachineVantage มีความโดดเด่นเหนือใครก็คือ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงหลักการพื้นฐานที่ขับเคลื่อนพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค รวมถึงอัลกอริทึมที่มีเอกลักษณ์ในการประมวลข้อมูลที่ผู้บริโภคจะพิจารณาก่อนตัดสินใจซื้อ เรา รู้สึกเป็นเกียรติอย่างยิ่งที่นักนวัตกรรมอย่าง IRI และ Unilever มาผนึกกำลังร่วมกับเราเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคทั่วทุกมุมโลก”

เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์และการเรียนรู้ของเครื่องจักรของ MachineVantage ได้รับการพัฒนาเป็นพิเศษเพื่อผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด เอเจนซีโฆษณาและนักสร้างแบรนด์ ตลอดจนนักนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในแวดวงสินค้าอุปโภคบริโภค การค้าปลีก สุขภาพและความงาม อาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงยานยนต์

IRI ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ในชิคาโก เป็นผู้นำด้านบิกดาต้า การวิเคราะห์คาดการณ์ ข้อมูลคาดการณ์เชิงลึก และเป็นหนึ่งในผู้คิดค้นบิกดาต้า บริษัทได้นำชุดข้อมูลพฤติกรรมกรรมการซื้อ สื่อ โซเชียล เหตุผล และความภักดีต่อแบรนด์สินค้าที่แต่เดิมแยกออกจากกัน มารวมเข้าด้วยกัน เพื่อช่วยให้บริษัทสินค้าอุปโภคบริโภค องค์กรสุขภาพ ผู้ค้าปลีก ผู้ให้บริการทางการเงิน และบริษัทด้านสื่อ สามารถขยายธุรกิจให้เติบโตต่อไปได้

Andrew Appel ประธานและซีโอโอของ IRI กล่าวว่า “การนำพลังของอัลกอริทึม AI และ ML มาใช้กับข้อมูลทุกส่วนของ IRI และแพลตฟอร์ม IRI Liquid Data(R) ถือเป็นพลิกโฉมการตลาดด้วยการเปลี่ยนวิธีที่นักโฆษณาใช้ในการพัฒนาและส่งมอบประสบการณ์เฉพาะตัวให้แก่ผู้รับสื่อ และเปลี่ยนแปลงโฆษณาได้แบบเรียลไทม์โดยดูจากยอดขาย เรามองเห็นโอกาสอันดีในการผสานเทคโนโลยีอันทรงพลังของ MachineVantage เข้ากับบิกดาต้าและระบบวิเคราะห์ของ IRI Liquid Data(R) และบริษัทที่นำไปใช้ก็จะได้ประโยชน์มหาศาลในฐานะผู้ที่เริ่มเปลี่ยนแปลงก่อนคนอื่น”

Unilever Ventures คือธุรกิจเงินร่วมลงทุนและไพรเวทอีควิตีในเครือ Unilever บริษัทสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีฐานอยู่ในลอนดอนและรอตเทอร์ดาม โดยมีผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ 2.5 พันล้านคนต่อวัน และมีแบรนด์รวมกันมากกว่า 400 แบรินด์ รวมถึงแบรนด์ซึ่งเป็นที่รู้จักแพร่หลายทั่วโลกอย่าง Lipton, Dove, Knorr, Ben & Jerry's, Sunsilk และ Magnum เป็นต้น ทั้งนี้ Unilever Ventures เน้นเข้าไปลงทุนในบริษัทคลื่นลูกใหม่อนาคตไกล โดยเฉพาะในแวดวงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ส่วนบุคคลและดิจิทัล และจะช่วยเร่งการเติบโตของบริษัทเหล่านี้ด้วยการเปิดให้เข้าถึงระบบนิเวศ สิทธิประโยชน์ และความเชี่ยวชาญระดับโลกของ Unilever

Olivier Garel หัวหน้าฝ่าย Ventures ของ Unilever Ventures กล่าวว่า “เราไม่เคยหยุดแสวงหาสุดยอดฝีมือเพื่อเพิ่มในพอร์ตการลงทุนระดับโลกของเรา MachineVantage มีทักษะความเชี่ยวชาญด้านปัญญาประดิษฐ์และการเรียนรู้ของเครื่องจักร รวมทั้งมีวิธีการที่แปลกใหม่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมการตลาด จึงทำให้บริษัทมีคุณสมบัติตรงตามความต้องการของเรา และเราจะช่วยสนับสนุนการเติบโตของบริษัทแห่งนี้”

MachineVantage ได้ร่วมมือกับแบรนด์ใหญ่ๆ ของ Unilever ที่มีกิจการในหลายประเทศและได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภคอย่างเหนียวแน่น รวมถึงในตลาดเกิดใหม่ด้วย

Stan Sthanunathan รองประธานบริหารฝ่าย Consumer & Market Insights ของ Unilever กล่าวว่า “สิ่งที่ขาดไม่ได้เลยคือการทำความเข้าใจกระแสและความนิยมของผู้บริโภค และพิสูจน์ว่าวิธีไหนที่เราสามารถตอบสนองความต้องการที่ไม่หยุดนิ่งได้ดีที่สุด เราจึงใช้ปัญญาประดิษฐ์และการเรียนรู้ของเครื่องจักรเพื่อเข้าถึงข้อมูลเชิงลึก ซึ่งทีมงานพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดของเราสามารถขุดเกล้อออกมาเป็นนวัตกรรมได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ประสบการณ์หนึ่งปีในการทำงานร่วมกับ MachineVantage ทำให้เราเชื่อมั่นในศักยภาพอันโดดเด่นของเทคโนโลยีของบริษัทแห่งนี้ รวมถึงความคุ้มค่าในการลงทุนของเรา”

โลโก้ - https://mma.prnewswire.com/media/528137/MachineVantage_Logo.jpg

โลโก้ - http://mma.prnewswire.com/media/528192/IRI_Logo.jpg

โลโก้ - https://mma.prnewswire.com/media/528138/Unilever_Ventures_Logo.jpg