

popIn (ป๊อปอิน) เผย AI ช่วย E - commerce ชี้ นำในญี่ปุ่น ตะปะ้าอัตราการเติบโตสูงกว่าค่าเฉลี่ย ถึง 274%



บริษัท popIn (ป๊อปอิน) ผู้ให้บริการ “popIn Discovery” เครือข่ายโฆษณาแบบเนทีฟในสื่อกว่า 850 รายการใน ประเทศญี่ปุ่น ได้เปิดตัว “popIn Action” โซลูชันสำหรับเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซเป็นครั้งแรก โดย “popIn Action” นี้ เป็นระบบที่จะแนะนำสินค้าที่มีความแม่นยำสูงแก่ผู้ใช้งานด้วยเทคโนโลยี AI ที่เหนือกว่า และเสริมความอัจฉริยะใน การสนับสนุนให้การขายสินค้าสะดวกและประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น

นายไคสุเกะ ทาคาฮาชิ รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ป๊อปอิน จำกัด กล่าวว่า “ป๊อปอิน ได้เปิดตัวครั้งแรกเพื่อดำเนิน การโฆษณาที่ทรงประสิทธิภาพ การโฆษณาผ่านหน้าจอที่ไร้ขีดจำกัดการควบคุมเรื่องภาษา สามารถทำให้ สินค้าสามารถขาย และสร้างพื้นที่โฆษณาได้อย่างกว้างขวาง เริ่มให้บริการจาก “popIn Discovery” ที่สามารถเพิ่มช่อง ทางการสื่อสารที่ตรงกลุ่มเป้าหมายขึ้นกว่าในอดีต จนปัจจุบันได้เริ่มเปิดให้บริการ “popIn Action” ที่เหนือกว่าด้วย เรื่องของความเฉพาะเจาะจง และแม่นยำไปยังผู้ที่มีความสนใจสินค้าอย่างแท้จริง การใช้ “popIn Action” ร่วมกับการกระจายโฆษณาไปยัง “popIn Discovery” เป็นช่องทางที่เราคิดว่าจะสามารถสนับสนุนในภาพรวมการขายได้ ทั้งหมดตั้งแต่การเรียกลูกค้าไปจนถึงการปิดการขาย และเนื่องจาก “popIn Discovery” เป็นการกระจายข้อมูลแบบ Cookieless (ไม่ใช่ Cookie) ไม่ใช้การ Retargeting (การทำการตลาดเพื่อเป็นการย้ำความสนใจ) หากส่งสินค้าของ

เว็บไซต์อีคอมเมิร์ซไปยังกรอบโฆษณาใน 850 สื่อภายในประเทศญี่ปุ่นที่เรามีอยู่ในปัจจุบัน ก็จะสามารถได้ผู้ใช้งานรายใหม่ที่มีคุณภาพดีได้ นอกจากนี้ “popIn Action” ต่างจากบริการแนะนำสินค้าที่ต้องใช้ข้อมูลพฤติกรรมของผู้ใช้งานระดับหนึ่ง เพียงมีรูปประมาณ 1,000 รูปก็สามารถนำระบบมาใช้ได้ทันที จึงสามารถใช้ได้ตั้งแต่วันแรกที่เปิดให้บริการเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ

เฮิร์สต์ (Hearst) เป็นสื่อยักษ์ใหญ่ที่ให้บริการครอบคลุมทั้งสื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่นิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา และมีบทบาททั้งการให้บริการการตลาดสื่อออนไลน์และดูแลการบริหารเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซ ซึ่งให้เห็นว่า “ELLE SHOP” คือกรณีศึกษาที่ใช้ popIn Action ซึ่งเป็นบริการ AI สำหรับจำรูปภาพ

ELLE SHOP เป็นเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซแฟชั่นที่เปิดตัวตั้งแต่ปี 2009 เป็นออนไลน์ที่เลือกซื้อโดยบรรณาธิการของนิตยสาร ELLE ซึ่งจะครบรอบ 10 ปีในปีนี้ โดยสินค้าส่วนมากจะเป็นสินค้าสตรี และบางส่วนเป็นสินค้าสำหรับสุขภาพบุรุษและเด็ก ลูกค้านั้นมากจะเป็นกลุ่มผู้หญิงอายุ 30 – 50 ปีที่ชื่นชอบแฟชั่น โดย popIn Action” เป็นโซลูชันที่ใช้เทคโนโลยี AI สำหรับจดจำรูปภาพ มี 2 ฟังก์ชันหลักคือการแนะนำสินค้าที่ใกล้เคียงกับสินค้าที่ผู้ใช้งานดูอยู่ และการค้นหาภาพเพื่อแนะนำสินค้าที่ใกล้เคียงกับภาพที่ผู้ใช้งานถ่ายและอัปโหลดมา มีจุดเด่นที่สามารถใช้ร่วมกับบริการแนะนำสินค้าแบบเดิมได้

นายมะโฮะ วาดานาเบะ ผู้จัดการส่วนบริการดูแลลูกค้า บริษัท เฮิร์สต์ กล่าวว่า “ตั้งแต่ได้รับความไว้วางใจให้ได้เป็นผู้รับผิดชอบบริหารพื้นที่ขายบนสื่อออนไลน์ของ “ELLE SHOP” เว็บไซต์อีคอมเมิร์ซที่นำโซลูชันนี้ไปใช้เป็นที่แรกๆ เราเข้าใจถึงความพิเศษของบริการที่ตรงใจลูกค้า จากการให้บริการด้วยระบบ AI การจดจำรูปภาพ ทำให้การเสนอขายสินค้าแม่นยำมากขึ้น ผลประกอบการของลูกค้าดีขึ้น

“ความท้าทายคือการตามหา และสร้างโอกาสให้ลูกค้าได้พบกับสินค้าที่ต้องการจริงๆ ที่ผ่านมามาไม่เคยใช้บริการของ popIn มาก่อน แต่ก็รู้จัก “popIn Discovery” จึงสนใจบริการสำหรับเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซที่ popIn เป็นผู้พัฒนาขึ้นมา พอได้คุยดูจริง ๆ และได้เห็นเดโมของ “popIn Action” ซึ่งเป็นรูปแบบการบริการที่น่าสนใจมาก ด้วยความแม่นยำของระบบจดจำรูปภาพเลยตัดสินใจทดลองใช้บริการ อีกทั้งระบบ popIn Action มีความเสี่ยงน้อย คุ่มค่าต่อการลงทุน เนื่องจากระบบจะเรียกชำระเงินจากการซื้อสินค้าจริงผ่านระบบ และเป็นระบบที่ไม่มีบัจฉยที่ส่งผลไปยังการออกแบบเว็บไซต์ รูปแบบการใช้งานเว็บไซต์ หรือภาษาหลักในเว็บไซต์นั้นๆ อีกทั้งระบบนี้ยังสามารถกระตุ้นให้เกิดอัตราการเติบโตอย่างน่าทึ่งราว 274%

“การนำ “popIn Action” มาใช้ทำให้ลูกค้าได้สนุกกับแฟชั่นมากขึ้น เช่น ได้พบกับแบรนด์ใหม่ๆ ที่ตรงกับความรู้สึกของตน ต่อจากนี้เมื่อการค้นหาดูรูปถ่ายเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย คิดว่าเราจะสามารถนำเสนอประสบการณ์การซื้อของอย่างไร้รอยต่อได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะก้าวข้ามผ่านกำแพงของโซเชียลมีเดีย นิตยสาร โทรทัศน์ ฯลฯ ไปได้ ในอนาคตเรายังอยากที่จะลองทำอะไรใหม่ๆ เช่น การเชื่อมโยงกับระบบคอนเทนต์ เป็นต้น”

ทาง popIn ตั้งใจอย่างเต็มที่เพื่อให้สามารถสื่อสารกับแต่ละรูปแบบธุรกิจได้อย่างรวดเร็วและราบรื่น โดยเฉพาะกับ “popIn Action” ซึ่งเป็นระบบแนะนำที่ใช้รูปเท่านั้น ขอเพียงแค่มีรูปและ Data Feed มาให้ โดยไม่ว่าจะใช้ภาษาอะไรหรืออยู่ในประเทศอะไร ก็จะสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างราบรื่น และไม่ใช้แค่ธุรกิจแฟชั่น แต่คิดว่าสามารถนำไปใช้ในโดเมนอื่นๆ เช่น รถยนต์ เฟอร์นิเจอร์ ฯลฯ