

สิ่งสำคัญ 7 ประการของการจัดการดิจิทัลแอสเซทรุ่นใหม่

ทีมการตลาดและไอทีต้องใช้ความพยายามอย่างยิ่งในการมอบประสบการณ์ดิจิทัลที่น่าประทับใจ ระบบการจัดการดิจิทัลแอสเซท (DAM) รุ่นใหม่ที่มีสิ่งสำคัญ 7 ประการนี้จะตอบสนองความต้องการด้านเนื้อหาในปัจจุบันและหลีกเลี่ยงการแยกประสบการณ์การใช้งานของลูกค้า



1 เพิ่มประสิทธิภาพให้กับเวิร์กโฟลว์

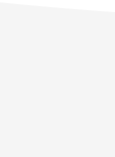
เมื่อเปลี่ยนไปใช้แพลตฟอร์ม DAM แบบออนดีมานด์ UBS บริษัทบริการทางการเงินทำงานร่วมกับทีมผลิตภัณฑ์และหน่วยภายนอกได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น 3 เท่า รวมถึงการเผยแพร่คอนเทนต์

แหล่งที่มา: Adobe

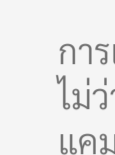
ประสิทธิภาพการทำงานของทีมที่เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยเมื่อองค์กรให้ความสำคัญกับสิ่งต่อไปนี้



ลดเวลาในการค้นหาแอสเซท



ปรับปรุงการทำงานร่วมกัน



เพิ่มประสิทธิภาพให้กับกระบวนการตรวจสอบการอนุมัติ

แหล่งที่มา: เทคโนโลยี IDC

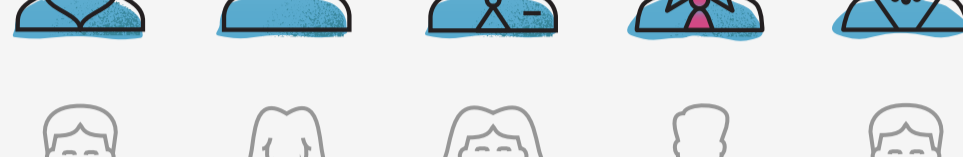
34%

2 ผสานรวมการจัดการแคมเปญ

การแทนที่ DAM รุ่นเก่าด้วยรุ่นที่ผสานการทำงานกับระบบอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็น CRM, CMS หรือระบบการจัดการงานช่วยให้คุณสามารถแคมเปญที่ผสานรวมทุกระบบและทุกช่องทางเป็นหนึ่งเดียว

50%

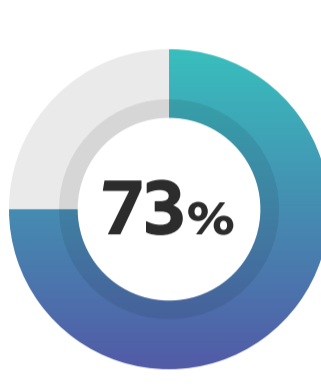
ผู้บริโภคมากกว่าครึ่งมีปฏิสัมพันธ์กับทีวีหลายเครื่องพร้อมกันอย่างต่อเนื่องหรือบ่อยครั้งและมีส่วนร่วมผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ของแบรนด์ในร้านค้า และโซเชียลมีเดีย



แหล่งที่มา: Adobe

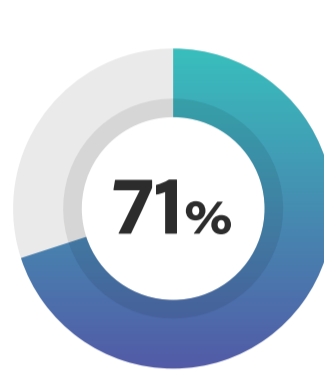
3 เชี่ยวชาญในหลากหลายช่องทาง

DAM ที่ปรับขนาดรูปภาพและวิดีโอเป็นขนาดหรือรูปแบบต่างๆ โดยอัตโนมัติ ช่วยให้ทีมคอนเทนต์ต่างๆ กระจายในช่องทางต่างๆ ได้เร็วขึ้น



ของลูกค้าใช้ช่องทางที่หลากหลายขณะตัดสินใจซื้อ

แหล่งที่มา: Harvard Business Review



ของนักการตลาดกล่าวว่าจำเป็นต้องรองรับช่องทางต่างๆ ทั้งหมดในปัจจุบัน

แหล่งที่มา: IDC และ Adobe

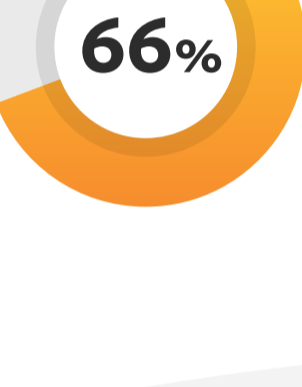
4 การปรับเนื้อหาให้มีความเฉพาะตัวอย่างสมบูรณ์

DAM อัจฉริยะที่มาพร้อมกับเทคโนโลยี machine-learning ในการสร้างและส่งมอบเนื้อหาโดยอัตโนมัติ ช่วยเพิ่มความสามารถในการมอบประสบการณ์ที่ปรับให้มีความเฉพาะตัวสำหรับกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม



มีเพียง 6 ใน 10 องค์กรเท่านั้นที่รู้สึกว่าการปรับเนื้อหาดิจิทัลให้มีความเฉพาะตัวได้สำเร็จ

แหล่งที่มา: Adobe

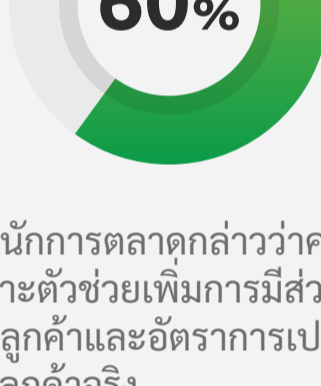


66% ของผู้บริโภคเห็นว่าการที่เนื้อหาไม่ได้รับการปรับให้มีความเฉพาะตัวหรือเหมาะสมกับทีวีชนชั้นอาจทำให้ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์

แหล่งที่มา: Adobe

5 ตอบสนองทันใจตลอดเวลา

เพื่อให้บรรลุความคาดหวังของลูกค้าด้านเนื้อหาที่ตอบสนอง คุณต้องใช้ DAM ที่สร้างแอสเซทเดียวกันในรูปแบบต่างๆ โดยอัตโนมัติและพร้อมส่งมอบแก่ลูกค้าได้ในทันทีในระยะเวลาและช่องทางที่ใช้



ของนักการตลาดกล่าวว่าความเฉพาะตัวช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมของลูกค้าและอัตราการเปลี่ยนมาเป็นลูกค้าจริง

แหล่งที่มา: Statista



ของผู้บริโภคกล่าวว่าตนเองสนใจเฉพาะคอนเทนต์ที่ตรงกับตนเองเท่านั้น

แหล่งที่มา: SmarterHQ

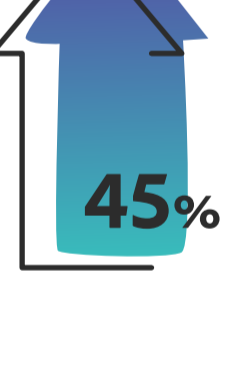
6 จัดการ metadata ได้ง่าย

DAM อัจฉริยะสามารถสร้างกระบวนการที่เนื้อหาโดยอัตโนมัติด้วย keyword ที่เป็นประโยชน์ ซึ่งเหมาะกับการจัดหมวดหมู่ของแบรนด์และช่วยให้ค้นหาแอสเซทที่เหมาะสมได้รวดเร็วและง่ายขึ้น



ใช้เวลาลดลงโดยเฉลี่ยในการเปิดตัวแคมเปญการตลาดเพราะสร้างและจัดวางเนื้อหาดิจิทัลที่จำเป็นสำหรับแคมเปญได้ง่ายขึ้น

แหล่งที่มา: Adobe



เพิ่มประสิทธิภาพให้กับเวิร์กโฟลว์การสร้างแอสเซทโดยแท็ก metadata โดยอัตโนมัติ

แหล่งที่มา: IDC และ Adobe

7 รวบรวมการวิเคราะห์เพื่อข้อมูลเชิงลึกที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

เมื่อใช้ DAM ที่นำเสนอมาตรวัดศักยภาพของแอสเซทต่างๆ คุณจะได้รับข้อมูลเชิงลึกว่าประสบการณ์ที่เกิดจากการสร้างสรรคต่างๆ มีผลต่อธุรกิจอย่างไร

366%

องค์กรได้รับ ROI เพิ่มขึ้นจากสามปีของการลงทุนสำหรับ DAM

แหล่งที่มา: IDC

DAM รุ่นใหม่นำเสนอข้อมูลวิเคราะห์ต่อไปนี้



วิธีที่ผู้คนมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาของคุณ



การมีปฏิสัมพันธ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในเว็บไซต์ต่างๆ



เนื้อหาที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

“การย้ายไปใช้ Adobe Experience Manager สำหรับการสร้างประสบการณ์ ช่วยประหยัดเวลาในการทำงานได้อย่างมาก และช่วยให้เราผลิตเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค”

Chris Hammond
Chief Digital Officer
Helly Hansen

ให้ประสบการณ์นำพา

เพิ่มการมีส่วนร่วมและการรักษาลูกค้าให้สูงขึ้นเมื่อคุณสามารถเผยแพร่เนื้อหาที่ตรงความต้องการเฉพาะตัวบุคคลได้เร็วยิ่งขึ้นด้วย Adobe Experience Manager Assets

ดูข้อมูลเพิ่มเติม