

Adobe

สุดยอดแผนงาน ประสบการณ์ลูกค้า สำหรับ CIO ในปี 2568



CIO มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงขององค์กรเพื่อตอบสนองความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงไปของลูกค้า การศึกษาในรายงาน [AI กับเทรนด์ดิจิทัล ปี 2568 ของ Adobe](#) เผยให้เห็นว่าผู้นำด้านเทคโนโลยีเช่นคุณกำลังลุกขึ้นมามีบทบาทตอบสนองความคาดหวังด้านประสบการณ์ลูกค้า (CX) อย่างไรผ่านกลยุทธ์ที่ต่างไปจากกรอบเดิมๆ และโซลูชันที่ขับเคลื่อนด้วย AI แนวทางสำคัญที่จะกำหนด CX ในปัจจุบันสำหรับผู้นำด้านเทคโนโลยีมีดังนี้

1 เข้าใจถึงประสิทธิภาพของข้อมูลอย่างแท้จริง

การนำเสนอเฉพาะบุคคลยังคงเป็นรากฐานสำคัญสำหรับการมอบ CX ที่โดดเด่น แต่ประสิทธิภาพการนำเสนอเฉพาะบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับข้อมูลที่มีคุณภาพเป็นหนึ่งเดียว ผู้บริหารระดับสูงส่วนใหญ่ทั้งในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีและการตลาดต่างกล่าวว่าตนมีประสิทธิภาพ “ในระดับแนวหน้าของอุตสาหกรรม” หรือ “เกือบอยู่ในระดับแนวหน้าของอุตสาหกรรม” ในการรวบรวมข้อมูลลูกค้าแบบเรียลไทม์ สร้างข้อมูลเชิงลึกที่นำไปใช้งานได้ และส่งมอบการนำเสนอเฉพาะบุคคลแบบเรียลไทม์ อย่างไรก็ตาม มีผู้ปฏิบัติงานเพียง 14% เท่านั้นที่กล่าวว่าองค์กรของตนมอบ CX ที่โดดเด่น ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ แม้ว่า 88% ของผู้นำด้านเทคโนโลยีตระหนักว่าการนำเสนอเฉพาะบุคคลเป็นสิ่งสำคัญต่อการเติบโต แต่ความกังวลเรื่องความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญด้านข้อมูลในการไปสู่เป้าหมายดังกล่าว

อุปสรรคอันดับ 1
ในการเชื่อมต่อฟังก์ชัน
ข้อมูลคือข้อกังวลด้าน
ความเป็นส่วนตัวและ
ความปลอดภัย

81%

ของผู้นำด้านเทคโนโลยี
เห็นด้วยว่า AI กำลังกดดัน
ให้องค์กรของตนสร้าง
มูลค่าทางธุรกิจให้มากขึ้น

2 ทำให้การเติบโตเกิดขึ้นจริงโดยใช้ AI และการวิเคราะห์เชิงคาดการณ์

เพื่อตอบสนองความต้องการในการนำเสนอเฉพาะบุคคลแบบเรียลไทม์ ผู้นำด้านเทคโนโลยีเชื่อว่าการใช้ AI และการวิเคราะห์เชิงคาดการณ์เพื่อเพิ่มการรักษาลูกค้าและกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความภักดีเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการเติบโต แม้ว่าเครื่องมือที่ทำงานด้วยระบบ AI ที่คาดการณ์ไว้เหล่านี้จะมีศักยภาพมหาศาล แต่ก็เพิ่มแรงกดดันให้ผู้นำด้านเทคโนโลยีต้องแสดงให้เห็นถึงมูลค่าทางธุรกิจที่ชัดเจนได้ ผู้นำเหล่านี้ต้องรับมือกับความกดดันนี้ขณะเดียวกันก็ต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ความท้าทายอันดับหนึ่งที่เผชิญในการขยายการรองรับ AI คือการสร้างสมดุลระหว่างการนำเสนอเฉพาะบุคคลด้วย AI กับข้อกังวลด้านจริยธรรมและชื่อเสียงของแบรนด์

3 ให้ความสำคัญกับการลงทุนด้าน AI และ machine learning

ผู้นำด้านเทคโนโลยีระบุว่า AI และ machine learning มีอิทธิพลเป็นอันดับต้นๆ ในการตัดสินใจด้านเทคโนโลยีในช่วง 12 ถึง 24 เดือนข้างหน้า การมุ่งเน้นไปที่การขยายบทบาทของ AI ในการเปลี่ยนแปลงเวิร์กโฟลว์ การตัดสินใจ และการสร้างประสบการณ์ลูกค้าแบบ hyper-personalized จากผลการศึกษาในรายงาน [AI กับเทรนด์ดิจิทัล ปี 2568 ของ Adobe](#) พบว่า 81% ของผู้นำด้านเทคโนโลยีคาดว่าจะมีการเพิ่มงบประมาณอย่างน้อย 10% โดย 20% หรือมากกว่านั้นจะจัดสรรให้กับการซื้อและนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้

ความก้าวหน้าของ AI และ machine learning เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจด้าน
เทคโนโลยีสำหรับ CIO ในปี 2568

4 กำหนดผู้รับผิดชอบกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

ความสับสนว่าใครเป็นผู้รับผิดชอบกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าอาจเป็นอุปสรรคต่อความคืบหน้าในโครงการต่างๆ แม้ว่า 58% ของผู้นำด้านเทคโนโลยีมองว่าแผนกของตนมีความรับผิดชอบ แต่นักการตลาดเพียง 5% เท่านั้นที่เห็นด้วย ผู้นำด้านการตลาดคิดว่าตนเป็นผู้รับผิดชอบร่วมกับทีม CX ความไม่สอดคล้องกันนี้เน้นย้ำถึงความสำคัญของความร่วมมือระหว่างทีมเทคโนโลยี การตลาด และ CX เพื่อประสานกลยุทธ์แบบบูรณาการและรับรองการดำเนินการที่สอดคล้อง

58%

ของผู้นำด้านเทคโนโลยีกล่าว
ว่าฝ่ายไอที/เทคโนโลยีเป็น
ผู้รับผิดชอบกระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

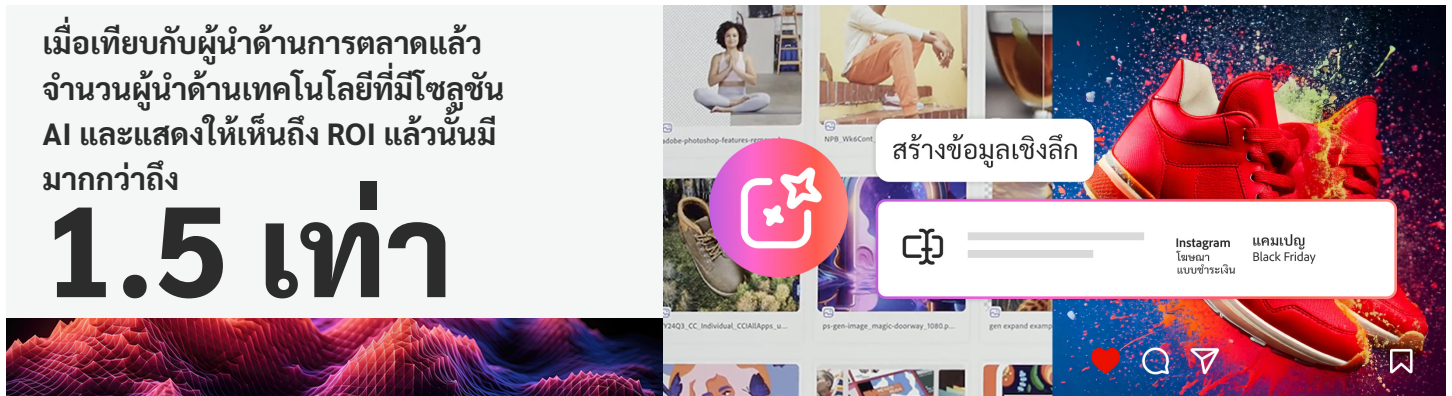


5 เร่งการนำ Generative AI มาใช้

ผู้นำด้านเทคโนโลยีกำลังนำ Generative AI มาใช้ และพิสูจน์ให้เห็นถึง ROI ได้เร็วกว่าผู้นำด้านการตลาด โดย 57% ของผู้นำด้านเทคโนโลยีกล่าวว่าตนมีความคืบหน้าในเฟรมเวิร์ก AI และการปฏิบัติตามกฎระเบียบ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้นำด้านการตลาดซึ่งมีอยู่เพียง 49% แม้ว่าทีมเทคโนโลยีจะมีแนวโน้มที่นำโซลูชัน Generative AI มาใช้กับองค์กร แต่ทีมการตลาดยังคงต้องรับผิดชอบในการพิสูจน์ให้เห็นถึง ROI ที่วัดผลได้ เป้าหมายการดำเนินการที่ชัดเจนอาจอธิบายได้ว่าเพราะเหตุใด CIO จึงชี้ชัดว่าประโยชน์ที่ได้รับคือผลลัพธ์และประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้นในทีม ในขณะที่ผู้นำด้านการตลาดกลับพบว่าประโยชน์ของการนำ Generative AI มาใช้นั้นกระจายตัวอย่างเท่าเทียมกัน

เมื่อเทียบกับผู้นำด้านการตลาดแล้ว
จำนวนผู้นำด้านเทคโนโลยีที่มีโซลูชัน
AI และแสดงให้เห็นถึง ROI แล้วนั้นมี
มากกว่าถึง

1.5 เท่า



ดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ในรายงาน [AI กับเทรนด์ดิจิทัล ปี 2568](#) ของ Adobe

Adobe

Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

© 2025 Adobe. All rights reserved.