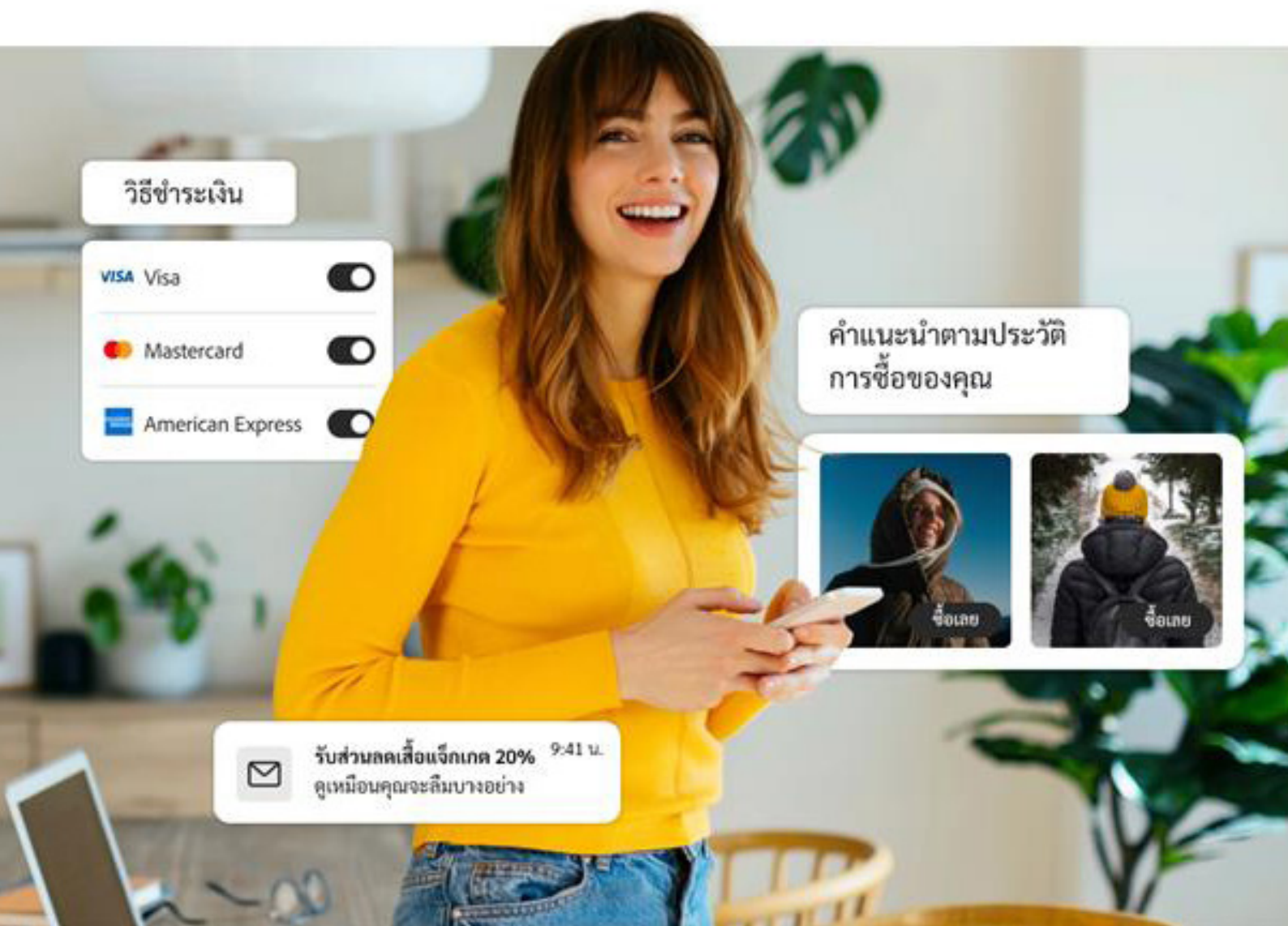




5 สิ่งที่ต้องมี ในแพลตฟอร์มการค้า B2B และ B2C ของคุณ

คู่มือการมอบประสบการณ์การค้าที่โดดเด่น



ลูกค้าของธุรกิจการค้าในปัจจุบันคาดหวังประสบการณ์เฉพาะบุคคลตลอดกระบวนการตัดสินใจซื้อของตน ทั้งออนไลน์และออฟไลน์จากทุกอุปกรณ์ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าและสร้างความภักดี แปรนัยที่ทำตลาดแบบ B2C และ B2B ต้องมีโซลูชันการคำนวณการตลาดที่รวดเร็วและยืดหยุ่น ซึ่งช่วยให้คุณมอบประสบการณ์เฉพาะบุคคลอย่างมากได้สม่ำเสมอทั่วทุกช่องทางในระดับองค์กร แพลตฟอร์มการค้าที่เหมาะสมจะมีเครื่องมือที่ช่วยทำให้มีความสัมพันธ์กับลูกค้าดีขึ้น สร้างความไว้วางใจ เพิ่ม conversions และความภักดี พร้อมทั้งประหยัดเวลา ลดต้นทุน และปรับปรุงประสิทธิภาพโดยรวม

ในคู่มือนี้ เราจะสำรวจความสามารถที่สำคัญห้าอย่างที่คุณควรให้ความสำคัญเมื่อพิจารณาเลือกแพลตฟอร์มการค้า รวมถึงเครื่องมือและฟีเจอร์ที่สนับสนุนความสามารถเหล่านั้น

ความสามารถที่ 1: การนำเสนอเฉพาะบุคคลในวงกว้าง

ผู้บริโภคคาดหวังประสบการณ์อีคอมเมิร์ซที่ปรับแต่งให้เหมาะกับตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มลูกค้า Millennial และ Gen Z ซึ่งกำลังกลายเป็นกลุ่มประชากรหลักของอีคอมเมิร์ซอย่างรวดเร็ว แต่ข้อมูลที่แยกส่วน เครื่องมือ AI ที่ขาดแคลน และโปรไฟล์ลูกค้าที่ไม่ได้ผสมรวมเป็นหนึ่งเดียวและอัปเดตแบบเรียลไทม์ ทำให้หลายธุรกิจไม่สามารถส่งมอบประสบการณ์เฉพาะบุคคลตามที่ลูกค้าคาดหวังได้ หากไม่มีเครื่องมือที่เหมาะสม การสร้างประสบการณ์เหล่านี้จะต้องอาศัยแรงงานคน ใช้เวลา และทรัพยากรจำนวนมากซึ่งหลายธุรกิจไม่มี

80%

ของผู้ใหญ่ในสหรัฐฯ ต้องการ
การนำเสนอเฉพาะบุคคลใน
ดิจิทัลที่ซพอยต์

ที่มา: McKinsey

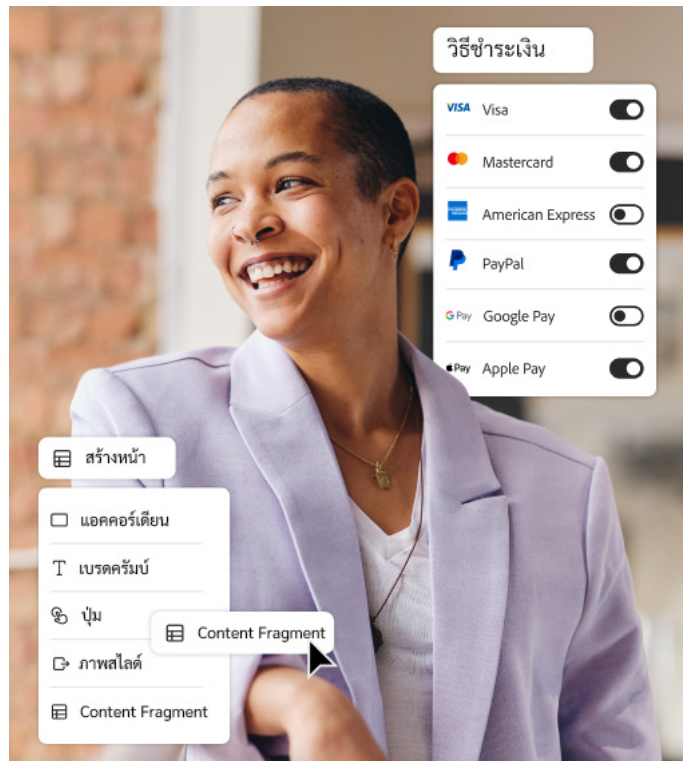
เหตุผลที่ต้องมีความสามารถนี้

ผู้ซื้อที่มีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าและยังคงภักดีต่อธุรกิจที่มอบประสบการณ์ที่ปรับแต่งตามความต้องการและช่องทางของตน แพลตฟอร์มการค้าที่มีประสิทธิภาพสูงช่วยให้สามารถสังเคราะห์ข้อมูลการค้าแบบเรียลไทม์ พร้อมข้อมูลเชิงลึกจากแหล่งอื่นๆ ได้ง่ายๆ เพื่อสร้างโปรไฟล์ลูกค้าที่มีข้อมูลหลากหลายและปรับทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อให้เข้ากับลูกค้าแต่ละคน เครื่องมือ AI ขั้นสูงยังมีความสำคัญในการให้ผลลัพธ์การค้นหาสินค้า คำแนะนำ และข้อเสนอเฉพาะบุคคลอย่างรวดเร็ว โดยอิงตามพฤติกรรมและแนวโน้มของผู้ซื้อ

ฟีเจอร์การนำเสนอเฉพาะบุคคล สำหรับส่งมอบประสบการณ์ลูกค้าที่ โดดเด่นในวงกว้าง

เครื่องมือการขายสินค้าที่ขับเคลื่อนด้วย AI

Adobe Commerce ช่วยให้คุณจับคู่ลูกค้ากับสินค้าที่เหมาะสมได้อย่างรวดเร็วโดยการส่งมอบผลการค้นหาแบบพิมพ์ไปค้นหาไปที่รวดเร็วและเกี่ยวข้องใน 35 ภาษาพร้อมกฎที่ขับเคลื่อนด้วย AI เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพผลลัพธ์ให้คุณสามารถนำเสนอหน้าหมวดหมู่แบบเฉพาะบุคคลเพื่อแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องที่สุดสำหรับลูกค้าแต่ละราย รวมถึงการค้นหาแบบเรียลไทม์ คำแนะนำ สินค้า การจัดหมวดหมู่สินค้าอย่างชาญฉลาด และอื่นๆ อีกมากมายเพื่อเพิ่มยอดขายและมูลค่าคำสั่งซื้อโดยเฉลี่ย การรายงานเฉพาะและเครื่องมือเช่น Adobe Commerce Intelligence ให้ข้อมูลเชิงลึกที่ใช้ดำเนินการได้และช่วยให้สามารถขยายการรองรับการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ



ข้อมูลการค้าแบบเรียลไทม์

ส่งพฤติกรรมลูกค้า สถานะคำสั่งซื้อ โปรไฟล์ และประวัติการซื้อแบบเรียลไทม์ไปยังโซลูชัน Adobe Experience Cloud เช่น Adobe Real-Time Customer Data Platform (CDP) และ Adobe Journey Optimizer อย่างอัตโนมัติโดยไม่ต้องเขียนโค้ดให้ซับซ้อนหรือทำการผสมผสานการทำงานที่ใช้เวลานาน รวมข้อมูลนี้เข้ากับการผสมผสานการทำงานของผลิตภัณฑ์ Adobe อื่นๆ เพื่อเพิ่มคุณสมบัติของโปรไฟล์ลูกค้า แบ่งกลุ่มเป้าหมาย กระชับความสัมพันธ์กับลูกค้า และกระตุ้นยอดขายด้วยเนื้อหาเฉพาะบุคคลในทุกช่องทาง

หน้าร้านดิจิทัลที่เป็นเอกลักษณ์

ปรับปรุง engagement และอัตรา conversion ด้วยประสบการณ์หน้าร้านเฉพาะบุคคล การผสมผสานการทำงาน Real-Time CDP ช่วยให้คุณสามารถกำหนดกลุ่มและปรับแต่งเนื้อหา ข้อเสนอส่งเสริมการขาย และคำและคำแนะนำสินค้าในการขายพ่วงและการเพิ่มปริมาณการขาย ใช้ Generative AI สำหรับการนำเสนอเฉพาะบุคคลแบบหนึ่งต่อหนึ่งที่ขยายการรองรับได้ และใช้ประโยชน์จากบล็อกเนื้อหาแบบไดนามิกและเครื่องมือสร้างหน้าที่ใช้งานง่ายเพื่อปรับประสบการณ์ตามกลุ่มลูกค้า

ตัวเลือกการชำระเงินที่ยืดหยุ่น

เพิ่มยอดขายโดยการเสนอวิธีการชำระเงินที่ลูกค้าต้องการอย่างปลอดภัย รวมถึงบัตรเครดิตและบัตรเครดิต, PayPal, Venmo, Apple Pay และ Google Pay เข้าถึงลูกค้าในสหรัฐฯ แคนาดา สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส และออสเตรเลีย พร้อมเพิ่มยอดขายอย่างมั่นใจด้วยการปฏิบัติตามมาตรฐาน Payment Card Industry Data (PCI DSS) การรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรม 3D Secure (3DS) ตลอดจนการป้องกันการฉ้อโกงและการละเมิด ซึ่งจัดการได้จากแดชบอร์ดเดียว

ความสามารถที่ 2: ประสบการณ์หน้าร้านที่โดดเด่น

การตอบสนองความต้องการในช่องทางดิจิทัลเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มรายได้ และธุรกิจต้องการเครื่องมือที่ช่วยให้เปิดตัวหน้าร้านอีคอมเมิร์ซและปรับเนื้อหาที่หลากหลายตามข้อมูลประสิทธิภาพได้ง่ายๆ โซลูชันการค้าของคุณควรปรับปรุงกระบวนการต่างๆ เช่น การสร้างเนื้อหาและการอัปเดตเว็บไซต์ พร้อมทั้งมีฟรอนต์เอนด์ที่ยืดหยุ่นเพื่อรองรับการโต้ตอบเฉพาะบุคคลแบบไดนามิก

70%

ของลูกค้าคิดว่าเป็นเรื่องสำคัญที่องค์กรจะต้องมอบประสบการณ์ที่ไร้รอยต่อไม่ว่าจะได้พบกับแบรนด์ที่ใหม่ก็ตาม

ที่มา: Gartner

เหตุผลที่ต้องมีความสามารถนี้

เว็บไซต์ของบริษัทคุณมักเป็นดิจิทัลทัชพอยต์แรกของลูกค้าและเป็นส่วนสำคัญในการเล่าเรื่องราวแบรนด์ที่เป็นหนึ่งเดียว หน้าร้านที่มีประสิทธิภาพและยืดหยุ่นจะช่วยให้เพิ่มอันดับ SEO และปริมาณการเข้าชมแบบออร์แกนิกและมอบประสบการณ์ที่เหมาะสมอย่างไร้รอยต่อไม่ว่าลูกค้าของคุณจะซื้อสินค้าที่ใด ความสามารถในการสร้าง จัดการ และ deploy ประสบการณ์การช้อปปิ้งในกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วช่วยปรับปรุง conversions การค้าปลีกและความภักดีทางออนไลน์ เมื่อประสิทธิภาพของหน้าร้านลดลง อัตราการตีกลับ อัตราการกดยกเลิกสินค้าทั้งไว้ในตะกร้า และอัตราการสูญเสียให้กับคู่แข่งก็จะสูงขึ้น

นอกจากนี้ แรงกดดันให้ช่องทางดิจิทัลสร้างกระแสรายได้ที่สูงขึ้นยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความยืดหยุ่นเป็นสิ่งสำคัญ ไม่เพียงแค่นั้นในการพัฒนาและการ deploy หน้าร้านเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการทดสอบและปรับปรุงหน้าร้านตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป หลายบริษัทยังให้ความสำคัญกับ direct-to-consumer (DTC) ซึ่งเป็นการขายให้กับลูกค้าผ่านช่องทางของบริษัทเอง โดยยังคงควบคุมประสบการณ์ลูกค้าและเข้าถึงข้อมูลของบุคคล first-party ที่มีค่า ข้อได้เปรียบนี้มักจะหายไปเมื่อต้องพึ่งพาตลาดกลางหรือช่องทางแบบชำระเงิน

ฟีเจอร์ประสบการณ์หน้าร้านที่โดดเด่นสำหรับการสร้างความประทับใจให้ลูกค้ามากขึ้น

การสร้างและนำเสนอเนื้อหาที่ขยายการรองรับได้

Adobe Commerce ผสานการทำงานกับเทคโนโลยี AI ขั้นสูง เช่น Adobe Firefly เพื่อช่วยให้ทีมของคุณออกแบบเวิร์กโฟลว์ใหม่ๆ สำหรับการขายสินค้า คุณยังสามารถพัฒนาประสบการณ์แบบสมจริงที่ให้ conversion สูงได้โดยรองรับรูปแบบ 3D, วิดีโอ และ rich media อื่นๆ พร้อมทั้งส่งมอบประสบการณ์เหล่านี้อย่างรวดเร็วทันใจเพื่อปรับปรุงอันดับ SEO และเพิ่มปริมาณการเข้าชมแบบออร์แกนิก



ฟังก์ชันการตั้งค่าแบบ headless

Adobe มีหน้าร้านแบบ headless ประสิทธิภาพสูงที่เชื่อมต่อกับ Adobe Commerce ได้อย่างไร้รอยต่อ ช่วยให้คุณสร้างหน้าเนื้อหาได้อย่างรวดเร็วโดยใช้โค้ด boilerplate และคอมโพเนนต์แบบ drop-in สำหรับฟังก์ชันหลัก เช่น รายการสินค้า ตะกร้าสินค้า และการชำระเงิน ประหยัดเวลาด้วยการออกแบบและต่อขยาย API และได้ ROI เพิ่มขึ้นอย่างมากด้วยการโหลดหน้าที่เร็วขึ้น คะแนน Google Lighthouse ที่สูงขึ้น ปริมาณการเข้าชมและ conversions ที่เพิ่มขึ้นด้วยการแคชอย่างมีประสิทธิภาพ การเรนเดอร์แบบแบ่งระยะ และการทดสอบอย่างต่อเนื่อง คุณยังสามารถใช้ GraphQL API และการประสานกับ API ได้อย่างยืดหยุ่นเพื่อใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีฟรอนต์เอนด์อื่นๆ

เครื่องมือการเขียนเนื้อหาที่ยืดหยุ่น

สร้างและเผยแพร่เนื้อหาที่น่าสนใจในแบบของคุณได้ในไม่กี่นาทีโดยใช้เครื่องมือที่คุณเคยใช้ เช่น Microsoft Word และ Google Docs หรือ visual editor แบบ WYSIWYG ใช้เครื่องมือการเขียนเนื้อหา Adobe Experience Manager เพื่อรวมศูนย์การจัดการเนื้อหาและการส่งมอบในทุกช่องทาง ช่วยให้คุณสามารถอัปเดตเนื้อหาครั้งเดียวและนำการเปลี่ยนแปลงไปใช้กับทุกที่โดยอัตโนมัติ

การขายสินค้าเฉพาะบุคคล

ปรับแต่งการเข้าชมแต่ละครั้งด้วยภาพผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมตามโปรไฟล์และกระบวนการตัดสินใจของลูกค้าแบบเรียลไทม์ สร้างผลิตภัณฑ์และ asset ทางการตลาดแบบเฉพาะบุคคลหลายล้านรายการได้อย่างง่ายดายโดยใช้ Adobe Express และ Firefly พร้อมเครื่องมือสำหรับการครอบตัด ปรับขนาด ปรับสี และเปลี่ยนพื้นหลัง ด้วยการขายสินค้าแบบหนึ่งต่อหนึ่ง และการทดสอบ A/B อย่างรวดเร็ว คุณจะเพิ่มความภักดีและรายได้โดยเชื่อมต่อกับลูกค้ากับผลิตภัณฑ์ที่พวกเขาต้องการ ในขณะที่หลีกเลี่ยงความพยายามที่สูญเปล่าในประสบการณ์ที่ไม่มีประสิทธิภาพ

ความสามารถที่ 3: การพัฒนาแบบ composable

บริการการค้าควรได้รับการผสมผสานการทำงานอย่างไร้รอยต่อเพื่อส่งมอบประสบการณ์ผู้ซื้อที่สอดคล้องกัน แต่ระบบนิเวศมีความซับซ้อนมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากต้องพึ่งพาผู้ให้บริการ third-party หลายรายสำหรับบริการต่างๆ เช่น แค็ตตาล็อก ตะกร้าสินค้า การค้นหา การนำเสนอเฉพาะบุคคล เนื้อหา การจัดการคำสั่งซื้อ และอื่นๆ อีกมากมาย สคีมา โมเดลการขยาย และเครื่องมือสำหรับนักพัฒนาที่แตกต่างกันระหว่างผู้ให้บริการมักบีบให้ทีมไอทีต้องสร้างการผสมผสานการทำงานแบบจุดต่อจุดที่ซับซ้อน การผสมผสานการทำงานที่ไม่ยืดหยุ่นอาจทำให้การเชื่อมต่อบริการใหม่ๆ และการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของตลาดเป็นเรื่องยาก พร้อมทั้งต้องมีการบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่องซึ่งเพิ่มต้นทุนและทำให้การดำเนินงานช้าลง เมื่อเวลาผ่านไป อาจนำไปสู่สภาพแวดล้อมการค้าที่เปราะบาง เปลี่ยนแปลงยาก และมีค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาสูง ทำให้ทีมไอทีไม่ได้มุ่งสร้างนวัตกรรมเต็มที่ เพราะต้องรักษาระบบให้ทำงานแทน

เหตุผลที่ต้องมีความสามารถนี้

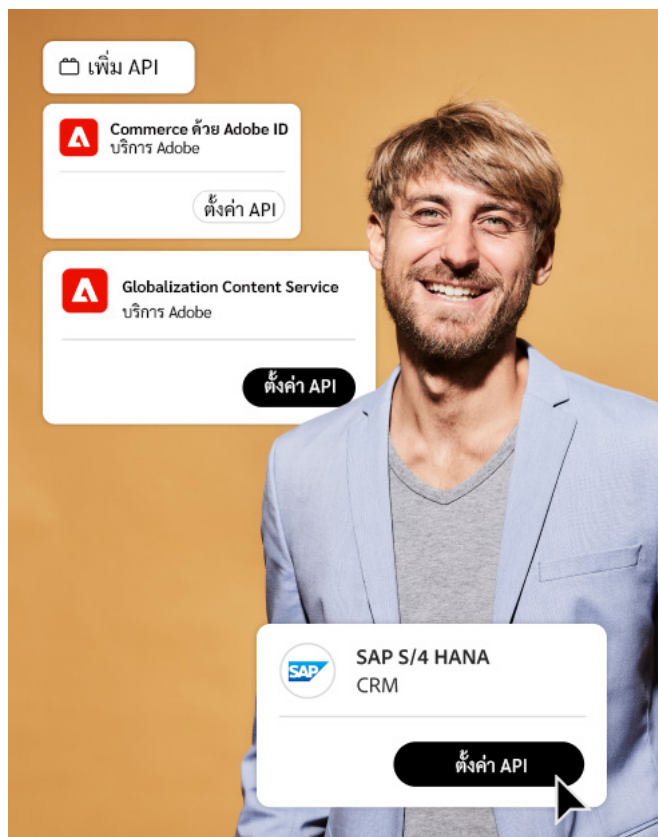
แพลตฟอร์มการค้าของคุณควรสร้างสมดุลระหว่างการแยกออกจากระบบอื่นๆ กับการเป็นระบบรวมศูนย์ ซึ่งปรับให้เหมาะกับความต้องการทางธุรกิจและทรัพยากรทางเทคนิคของคุณ Adobe Commerce เร่งเวลาในการออกสู่ตลาดโดยการรวบรวมเวิร์กสตรีมทั้งหมดไว้ภายใต้แพลตฟอร์มที่ใช้งานง่ายแพลตฟอร์มเดียว ซึ่งให้ความยืดหยุ่นในการเพิ่ม เปลี่ยน หรือลบบริการทางธุรกิจ ขณะเดียวกันก็ปรับปรุงการบำรุงรักษาและลดต้นทุนรวมในการเป็นเจ้าของ

48%

ของงบประมาณฟังก์ชันเทคโนโลยีใช้ไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพความสามารถทางธุรกิจที่มีอยู่ในขณะที่มีเพียง 21% เท่านั้นที่ใช้ไปกับการสร้างโมเดลธุรกิจที่สร้างมูลค่าใหม่หรือการเข้าสู่ตลาดใหม่

ที่มา: [Deloitte](#)

Adobe Commerce เป็นแพลตฟอร์มคลาวด์เนทีฟแบบ composable พร้อมการรักษาความปลอดภัยและการปฏิบัติตามข้อกำหนดในตัว ซึ่งมอบความยืดหยุ่นในการกำหนดลำดับความสำคัญของโซลูชันที่สร้างมูลค่าได้อย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งผสานรวมบริการเพิ่มเติมได้ตามต้องการ ตัวอย่างเช่น การปรับปรุงประสบการณ์การชำระเงินของคุณด้วยการติดตามคำสั่งซื้อขั้นสูงสามารถทำได้อย่างไร้รอยต่อโดยการเพิ่มบริการ third-party ที่ดีที่สุดลงในแพลตฟอร์มแบบ composable ของคุณ



ฟีเจอร์แพลตฟอร์มแบบ composable สำหรับระบบนิเวศการค้าที่มีความยืดหยุ่น

ความสามารถในการขยายที่มีประสิทธิภาพ

สร้างประสบการณ์การค้าได้ทุกที่โดยใช้แพลตฟอร์มแบบ headless ที่ติดตั้ง GraphQL และ REST API, Webhooks, Events และ UI Extensibility สนับสนุนการผสมผสานการทำงานที่ขับเคลื่อนด้วยเหตุการณ์และขยายการรองรับได้กับแอปพลิเคชัน third-party เพื่อสร้างประสบการณ์การช้อปปิ้งและร้านค้าอันเป็นเอกลักษณ์

การเพิ่มบริการไปที่ละส่วน

เพิ่มความคล่องตัวโดยการนำบริการธุรกิจของ Adobe มาใช้สำหรับแค็ตตาล็อก การขายสินค้า การชำระเงิน และหน้าร้านตามต้องการ บริการแบบ composable ที่ขยายการรองรับได้เหล่านี้ทำงานร่วมกันโดยตรงและสามารถแทนที่ด้วยบริการ third-party เมื่อจำเป็น

เครื่องมือการประสานที่ยืดหยุ่น

Adobe Commerce ช่วยให้ประสบการณ์การค้าของคุณพร้อมสำหรับอนาคตด้วยความสามารถในการประสานเหตุการณ์และ API แทนที่จะสร้างการผสมผสานการทำงานแบบจุดต่อจุดที่ไม่ยืดหยุ่น การใช้ API ที่ครอบคลุมและเครื่องมือสำหรับนักพัฒนา จดขยาย และบริการรันไทม์ ช่วยให้คุณสามารถเชื่อมต่อชุดเทคโนโลยีของคุณได้อย่างไร้รอยต่อเพื่อการปรับแต่งที่ง่ายดาย ใช้การประสานกับ API การกำหนดเส้นทางเหตุการณ์ และการพัฒนาไมโครเซอร์วิสเพื่อจัดปัญหาทางเทคนิค และเพิ่มหรือลบบริการธุรกิจได้อย่างรวดเร็วตามต้องการ

การผสมผสานการทำงานที่ไร้รอยต่อ

เชื่อมต่อระบบการค้าของคุณกับโซลูชันแบ็กออฟฟิศได้อย่างรวดเร็วด้วยชุดเครื่องมือเริ่มต้นการผสมผสานการทำงานที่มี การซิงโครไนซ์ข้อมูลแบบสองทิศทาง สคริปต์การเริ่มต้นใช้งาน และแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด ปรับแต่งการผสมผสานการทำงานให้เหมาะสมกับความต้องการทางธุรกิจของคุณ พร้อมทั้งลดเวลาและต้นทุนการพัฒนาด้วยแอปสำหรับระบบต่างๆ เช่น SAP S4/HANA, Microsoft Finance & Operations, Epicor, IBM Sterling Order Management และ Zuora Subscription Management

ความสามารถที่ 4: การดำเนินงานที่ขยายการรองรับได้

แพลตฟอร์มที่เหมาะสมช่วยให้คุณขยายการรองรับยอดขายดิจิทัล B2B และ B2C ได้อย่างมั่นใจโดยไม่จำเป็นต้องเพิ่มโซลูชันอื่น Adobe Commerce ช่วยให้พร้อมรองรับปริมาณการเข้าชมที่ไม่จำกัดสำหรับสินค้าหลายล้านรายการ และคำสั่งซื้อมากกว่า 200,000 รายการต่อชั่วโมงด้วยโครงสร้างพื้นฐานระดับโลกที่มีความพร้อมใช้งานสูงและเป็นไปตามมาตรฐาน PCI ด้วยโมเดลแค็ตตาล็อกที่ยืดหยุ่น สถาปัตยกรรมแบบหลายเว็บไซต์ และฟีเจอร์การปรับให้เข้ากับท้องถิ่น คุณสามารถรองรับแบรนด์และภูมิภาคต่างๆ ได้หลายร้อยแห่ง การใช้ประโยชน์จากข้อมูลผ่านแดชบอร์ดที่สร้างไว้ล่วงหน้าและเครื่องมือแสดงข้อมูลด้วยภาพ คุณสามารถระบุกลยุทธ์การเติบโตใหม่ๆ ได้อย่างต่อเนื่องโดยการวิเคราะห์ยอดขาย ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ และพฤติกรรมของลูกค้า

36%

ของธุรกิจอีคอมเมิร์ซคาดการณ์ว่าจะขยายไปยังประเทศใหม่ๆ ทั่วโลกหรือมากกว่าในช่วงหนึ่งถึงสองปีข้างหน้า

ที่มา: [Adobe](#)

เหตุผลที่ต้องมีความสามารถนี้

การขยายการรองรับการดำเนินงานด้านการค้าเป็นเรื่องซับซ้อน องค์กรต้องจัดการแค็ตตาล็อกขนาดใหญ่ที่มีผลิตภัณฑ์หลายล้านรายการ ซึ่งจำเป็นต้องขยายการรองรับอย่างรวดเร็วในช่วงลดราคา กิจกรรม หรือวันหยุด อีกทั้งยังมีความท้าทายเพิ่มเติมจากผู้ให้บริการ third-party หลายรายและความแตกต่างตามภูมิภาคในเรื่องภาษี การจัดส่ง และข้อกำหนดการชำระเงิน การรวมการดำเนินงานบนแพลตฟอร์มเดียวช่วยลดความซับซ้อนในการจัดการ ปรับปรุงประสิทธิภาพของแค็ตตาล็อก และเร่งเวลาในการออกสู่ตลาด รวมถึงยังช่วยลดต้นทุน ปรับปรุงการจัดการบุคลากร และช่วยให้การบำรุงรักษาง่ายขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเข้าสู่บริษัทหรือหน่วยธุรกิจใหม่ หรือในระหว่างการเปิดตัวแบรนด์

ฟีเจอร์การขายการรองรับระดับองค์กรเพื่อการเติบโตทางธุรกิจที่รวดเร็ว

แพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมไว้วางใจสูง

Adobe Commerce เป็นแพลตฟอร์มที่ขายการรองรับได้สูงและปลอดภัยสูงซึ่ง Gartner® ยกให้เป็น Leader ด้าน Digital Commerce ติดต่อกันแปดปี โดยช่วยให้คุณสามารถรองรับปริมาณการเข้าชมที่ไม่จำกัดและประมวลผลคำสั่งซื้อมากกว่า 200,000 รายการต่อชั่วโมง แม้ในช่วงที่มีกิจกรรมยอดขายสูงสุด ให้คุณสามารถนำเสนอประสบการณ์ที่ไร้รอยต่อให้กับลูกค้า B2B ของคุณ รวมถึงการรองรับตะกร้าสินค้าขนาดใหญ่ ส่งมอบกระบวนการตัดสินใจซื้อที่รวดเร็วซึ่งขับเคลื่อนโดยไม่โครเซอร์วิสสำหรับแค็ตตาล็อก การค้นหา และคำแนะนำเฉพาะบุคคล โดยมีเวลาตอบสนอง API ต่ำกว่า 200 มิลลิวินาที สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าของคุณด้วยประสบการณ์การค้าที่เป็นไปตามมาตรฐาน PCI, พร้อมปฏิบัติตาม HIPAA และได้รับการปกป้องด้วยการตรวจจับภัยคุกคามที่ขับเคลื่อนด้วย AI ขั้นสูงและการเฝ้าติดตามแบบเรียลไทม์



แค็ตตาล็อกที่ขายการรองรับได้

จัดการสินค้าหลายล้านรายการและแค็ตตาล็อกหลายพันรายการด้วยราคา B2B เฉพาะของลูกค้า รับรองรายละเอียดสินค้า สินค้าคงคลัง และราคาที่ถูกต้องแบบเรียลไทม์ ซึ่งช่วยลดข้อมูลขนาดใหญ่ลงใน Adobe Commerce อย่างรวดเร็ว โดยใช้ API การนำเข้าข้อมูลปริมาณมากเพื่อเพิ่มความสมบูรณ์และใช้ข้อมูลสำหรับการขายสินค้า โมเดลข้อมูลที่ยืดหยุ่นช่วยให้แค็ตตาล็อกเดียวสามารถขับเคลื่อนเว็บไซต์ได้หลายร้อยตัวทั้งแบรนด์ หน่วยธุรกิจ และภูมิภาค ตลอดจนรองรับแม้แต่โครงสร้างผลิตภัณฑ์ที่ซับซ้อนที่สุด รวมถึงสินค้าที่ปรับแต่งได้ตามใจชอบ สินค้าจัดชุด และสินค้าจัดชุดแบบซ้อนกัน

ยอดขายดิจิทัลที่ขยายตัว

เร่งการเติบโตทางธุรกิจของคุณด้วยแพลตฟอร์มที่รองรับอีคอมเมิร์ซระดับโลกและรูปแบบธุรกิจที่หลากหลาย ปรับให้เข้ากับท้องถิ่นด้วยสกุลเงิน ภาษา และวิธีการชำระเงินเฉพาะภูมิภาค ในขณะที่ใช้หลักเกณฑ์แค็ตตาล็อกที่กำหนดค่าได้เพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมไปยังช่องทางที่เหมาะสม ระบบนิเวศที่แข็งแกร่งของพาร์ทเนอร์ด้านโซลูชันพร้อมให้คำแนะนำการขายธุรกิจของคุณไปทั่วโลกอย่างเชี่ยวชาญ Adobe Commerce นำเสนอฟังก์ชันการใช้งานเต็มรูปแบบสำหรับตลาด B2B และ B2C ได้ทันที จึงไม่จำเป็นต้องใช้โซลูชันเฉพาะทาง ทดสอบกระแสรายได้ใหม่ๆ ได้อย่างง่ายดาย เช่น การสมัครใช้บริการหรือตลาดออนไลน์โดยใช้ตัวเชื่อมต่อแบบ plug-and-play เพื่อเชื่อมโยงกับโซลูชัน third-party

ข้อมูลเชิงลึกที่ใช้ดำเนินการได้

ค้นพบกลยุทธ์การเติบโตด้วยเครื่องมือ business intelligence ที่ผสานการทำงาน ใช้แดชบอร์ดที่สร้างไว้ล่วงหน้า การรายงานแบบ drag-and-drop และการแสดงข้อมูลด้วยภาพเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เช่น มูลค่าตลอดการเป็นลูกค้า, ROI ทางการตลาด และผลกระทบของโปรโมชั่น ดัดสินใจได้อย่างชาญฉลาดและรวดเร็วยิ่งขึ้นด้วยเครื่องมือบนคลาวด์และรายงานอัตโนมัติเพื่อการทำงานร่วมกันที่ไร้รอยต่อ

ความสามารถที่ 5: การเพิ่มประสิทธิภาพการค้าแบบ B2B

การค้าแบบ B2B ต้องการชุดความสามารถเฉพาะ หากไม่มีแพลตฟอร์มที่ผสานเป็นหนึ่งเดียว คุณจะ
ต้องซื้อและนำแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่แยกจากกันโดยสิ้นเชิงไปใช้งานสำหรับแต่ละโมเดลธุรกิจ
ซึ่งหมายถึงเครื่องมือ โมเดลข้อมูล และโครงสร้างพื้นฐานใหม่ที่มาพร้อมกับค่าบำรุงรักษา ภาวะไซโล
ของข้อมูล และความซับซ้อนที่เพิ่มขึ้น

83%

ของผู้ซื้อ B2B ปัจจุบัน
ชอบการสั่งซื้อและการ
ชำระเงินในช่องทาง
ดิจิทัลมากกว่า

ที่มา: Gartner

เหตุผลที่ต้องมีความสามารถนี้

การค้าแบบ B2B เป็นโอกาสทางการตลาดที่น่าดึงดูดสำหรับธุรกิจ ซึ่งมีมูลค่าสูงถึง
35 ล้านล้านดอลลาร์ โดยยอดขายทางดิจิทัลเติบโตเร็วกว่ายอดขายออฟไลน์แบบ
เดิมถึง 213 เท่า การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในทัศนคติของผู้ซื้อเน้นย้ำถึงความ
สำคัญของ digital transformation สำหรับบริษัท B2B การเปลี่ยนไปสู่อีคอมเมิร์ซ
ช่วยให้แบรนด์ที่ครั้งหนึ่งเคยถูกจำกัดด้วยวิธีการทำธุรกิจแบบเดิม สามารถนำ
เสนอการสั่งซื้อได้ตลอด 24 ชั่วโมงทุกวัน ซึ่งช่วยให้แบรนด์เข้าถึงฐานลูกค้าทั่วโลก
ที่กว้างขึ้น ในขณะที่ยังมีตัวเลือกแบบ self-service เพื่อลดความซับซ้อนของ
กระบวนการดำเนินงานและให้ความยืดหยุ่นในการซื้อแก่ผู้ซื้อมากขึ้น

Adobe Commerce เป็นแพลตฟอร์มที่เน้น B2B ซึ่งให้คุณจัดการคณะกรรมการจัดซื้อและบทบาทของผู้ใช้หลายกลุ่มได้
อย่างง่ายดาย นำเสนอประสบการณ์การซื้อเฉพาะบุคคลด้วยแค็ตตาล็อก ราคา ตัวเลือกการชำระเงิน และโปรโมชั่นที่
คัดสรรมาโดยเฉพาะ ตลอดจนลดความยุ่งยากของคำสั่งซื้อด้วยการชำระเงินที่รวดเร็วและกระบวนการอนุมัติอัตโนมัติ
ช่วยให้คุณสามารถดำเนินโมเดลธุรกิจที่หลากหลายจากแพลตฟอร์มเดียว ไม่เพียงแต่รองรับ B2B เท่านั้น แต่ยัง
ครอบคลุมถึงกลยุทธ์การขายธุรกิจแบบ direct-to-consumer ตลอดจนการขายแบบ B2B2C และ B2B2B ผ่านพาร์ต
เนอร์ช่องทาง

ฟีเจอร์การค้าแบบ B2B เพื่อเพิ่มยอดขายและการปรับปรุงการซื้อ

พร้อมขายตลอดเวลา

ขยายงานขาย B2B ของคุณด้วยพอร์ทัลที่พร้อมใช้งานตลอดเวลาซึ่งนำเสนอประสบการณ์เฉพาะบุคคลด้วยราคาและ
แค็ตตาล็อกเฉพาะลูกค้า ปรับปรุงการสั่งซื้อด้วยแบบฟอร์มด่วน การอัปโหลดไฟล์ และรายการที่บันทึกไว้ ในขณะที่
ที่ทำการอนุมัติการซื้อโดยอัตโนมัติเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท ผู้ซื้อสามารถสลับระหว่างบัญชีได้อย่าง
ง่ายดายและเลือกตัวเลือกการชำระเงินที่ยืดหยุ่นได้ รวมถึงบัตรเครดิตของบริษัท บัตรเครดิตหรือบัตรเครดิต และ
กระเป๋าสตางค์ดิจิทัล

การจัดการบัญชีที่ปรับแต่งได้

ดึงดูดลูกค้าใหม่ด้วยแบบฟอร์มการสมัครบัญชีและกระบวนการอนุมัติออนไลน์ รองรับบัญชีบริษัทที่มีคณะกรรมการจัดซื้อ บทบาทผู้ใช้ และสิทธิ์การซื้อหลายแบบ บัญชีบริษัทสามารถจัดระเบียบเป็นลำดับขั้นแบบ parent-child เพื่อรองรับโครงสร้างการดำเนินงานของลูกค้าและสนับสนุนการขายแบบ B2B2X กับพาร์ทเนอร์ช่องทาง

เครื่องมือสนับสนุนยอดขาย

ส่งเสริมทีมของคุณให้สามารถทำงานเชิงรุกได้มากขึ้นโดยจัดเตรียมเครื่องมือสำหรับการขายและการสนับสนุนทางดิจิทัลให้กับตัวแทนฝ่ายขาย ซึ่งจะสามารถสร้างและเจรจาใบเสนอราคาออนไลน์ได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการสร้างใบเสนอราคาที่สามารถใช้ได้สำหรับการซื้อต่อเนื่องโดยไม่ต้องผ่านการอนุมัติที่ใช้เวลานาน ตัวแทนยัง

สามารถเข้าสู่ระบบในฐานะลูกค้าเพื่อช่วยเหลือลูกค้าโดยตรงเกี่ยวกับคำสั่งซื้อ การกำหนดค่าผลิตภัณฑ์ หรือปัญหาต่างๆ เพื่อส่งเสริมให้เกิด conversion ได้อย่างรวดเร็วและสร้างความภักดี

การจัดการแบบ self-service

จัดเตรียมพอร์ทัลแบบ self-service ที่พร้อมใช้งานตลอดเวลาตลอด 24 ชั่วโมงทุกวันเพื่อให้ลูกค้าควบคุมบัญชีและการซื้อของตนเองได้ ลูกค้าสามารถติดตามการจัดส่ง ดูประวัติการสั่งซื้อ เข้าถึงใบแจ้งหนี้ ตรวจสอบเครดิตบริษัท ดำเนินการคืนสินค้า และจัดการผู้ซื้อและสิทธิ์ได้ทั้งหมดโดยไม่ต้องโทรติดต่อศูนย์สนับสนุนของคุณ

แพลตฟอร์มการค้าที่ผสานเป็นหนึ่งเดียว

ขยายธุรกิจของคุณและผสานรวมแบรนด์ของคุณภายใต้แพลตฟอร์มเดียวที่ขายให้กับลูกค้าทั้ง B2B และ B2C คุณสามารถสร้างประสบการณ์เว็บไซต์ที่ผสานเป็นหนึ่งเดียวหรือแยกจากกันได้ด้วยราคาและแค็ตตาล็อกเฉพาะลูกค้า และทีมของคุณสามารถแชร์แค็ตตาล็อกและทรัพยากรด้านการขายสินค้าในทุกส่วนของธุรกิจคุณเพื่อประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการสร้างแบรนด์ที่สอดคล้องกัน



ร่วมก่อร่างสร้างโลก

เรียนรู้ว่า Sunbelt Rentals บริษัทให้เช่าอุปกรณ์ที่ใหญ่เป็นอันดับสองในอเมริกาเหนือ พลิกโฉมโมเดลการขายด้วย Adobe Commerce และ Adobe Experience Cloud ได้อย่างไร

อ่านเรื่องราวความสำเร็จของลูกค้า [Sunbelt Rentals](#)

แพลตฟอร์มการค้าสำหรับขับเคลื่อนให้เกิด engagement, ความภักดี และการเติบโตของรายได้ — Adobe Commerce

ด้วยการรวมการดำเนินการ B2B และ B2C ไว้ภายในแพลตฟอร์มเดียว Adobe Commerce ไม่เพียงแค่ปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจเท่านั้น แต่ยังสร้างโซลูชันที่ยืดหยุ่นและผสมผสานเป็นหนึ่งเดียวซึ่งสามารถกระตุ้นให้เติบโตในทุกมิติทั้งทัชพอยต์และที่ร้านค้าปลีก ตั้งแต่ประสบการณ์การช้อปปิ้งเฉพาะบุคคลไปจนถึงหน้าร้านที่โดดเด่น Adobe Commerce ส่งเสริมให้ธุรกิจสามารถส่งมอบโซลูชันแปลกใหม่ที่ขยายการรองรับได้อย่างไร้รอยต่อ ซึ่งเกินความคาดหวังของลูกค้าและผลักดันความสำเร็จในระยะยาว

Adobe Commerce มอบเครื่องมือและความยืดหยุ่นที่จำเป็นที่คุณต้องการสำหรับความสำเร็จในหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นคุณจะเป็นแบรนด์ B2C ร้านเล็กๆ หรือองค์กร B2B ระดับโลกในกลุ่ม Fortune 500 ด้วยลูกค้าหลายพันรายและมูลค่าสินค้ารวมต่อปีหลายพันล้านที่ดำเนินการผ่านแพลตฟอร์มคลาวด์ของเรา Adobe Commerce ขับเคลื่อนประสบการณ์การค้าที่ใหญ่ที่สุดและซับซ้อนที่สุดในโลกสำหรับผู้ค้าปลีก แบรนด์ผู้บริโภค ผู้ผลิต และผู้จัดจำหน่ายขายส่ง

ดูข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีที่ [Adobe Commerce](#) สามารถพลิกโฉมแพลตฟอร์มการค้าของคุณและเพิ่มรายได้