

**Adobe GenStudio**  
for Performance Marketing

# จาก proof of concept สู่โซลูชัน Generative AI ที่พร้อมขยายการรองรับ

Adobe Global Marketing Organization ขยายการรองรับการสร้าง  
เนื้อหาด้วย GenStudio for Performance Marketing อย่างไร

🌐 แปล

🛠️ สร้าง

ปลา 3D แบบ Surreal



Adobe

**Adobe Stock**

30日間、画像10  
点を無料でお試  
しいただけます。



# สารบัญ

บทนำ	3
การตลาดองค์กรระดับโลก	4
ความท้าทายที่เราเผชิญ	5
Generative AI และโอกาสในการขยายการรองรับเนื้อหาที่ Adobe	6
คลื่นลูกแรกมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของผู้เชี่ยวชาญด้านครีเอทีฟ	6
คลื่นลูกที่สองมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างเนื้อหาให้กับนักการตลาด	7
การตรวจสอบ Generative AI ในการดำเนินงานด้านการตลาดของเรา	7
การสร้างโซลูชันที่ขยายการรองรับได้	8
Generative AI จัดการกับความต้องการที่ยังไม่ได้ตอบสนองของเราได้อย่างไร	8
1. การทดสอบอีเมลและโซเชียลมีเดียแบบชำระเงินกับผู้ใช้จำนวนมหาศาล	9
2. อัปเดตและนำเนื้อหากลับมาใช้ซ้ำได้อย่างรวดเร็ว	10
3. ช่วยให้นักการตลาดสร้างเนื้อหาใหม่ที่โดดเด่นสำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ	11
4. ทำการตลาดได้แบบเรียลไทม์และตอบสนองได้มากขึ้น	12
5. การปรับปรุงการแปลและความคล่องตัวสำหรับทีมการตลาดระดับภูมิภาค	13
6. นำข้อมูลเชิงลึกมาปรับใช้ในกระบวนการงานครีเอทีฟ	14
การจัดการการเปลี่ยนแปลงและความพร้อมขององค์กร	15
1. บุคลากร—การพัฒนาบทบาท ชุมชนทักษะ และวัฒนธรรม	15
บทบาทใหม่	15
ทักษะใหม่ๆ	16
การทำงานร่วมกันและวัฒนธรรม	16
2. กระบวนการ—การปรับโฉมเวิร์กโฟลว์	17
สร้างแนวทางที่ชัดเจนสำหรับแบรนด์	17
ปรับโฉมกระบวนการตรวจทานและอนุมัติ	17
การพึ่งพาการสนับสนุนจากพาร์ทเนอร์เอเจนซี	18
เพิ่มประสิทธิภาพการสร้างเนื้อหาด้วยการวิเคราะห์	18
3. เทคโนโลยี—ชุดเครื่องมือแบบครบวงจรสำหรับการนำ Generative AI มาใช้งาน	18
การผสมผสานการทำงานกับชุดเครื่องมือด้าน martech ที่มีอยู่	18
ความปลอดภัย การปฏิบัติตามกฎระเบียบ และจริยธรรมของ Generative AI	18
ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญสามประการสำหรับการนำ AI มาใช้งาน	19
1. เริ่มจากการจัดแนวทางและการสนับสนุนจากผู้บริหาร	20
2. เตรียมความพร้อมให้ทั้งองค์กรสำหรับการเปลี่ยนแปลง Generative AI	20
3. เริ่มด้วยความพยายามเล็กๆ น้อยๆ แล้วค่อยขยาย	20
เราขอแนะนำให้คุณเริ่มต้นเส้นทางไปพร้อมกับ GenStudio for Performance Marketing	21
ที่มา	21

# บทนำ



ในทุกอุตสาหกรรม มีความต้องการเนื้อหาเป็นจำนวนมาก เนื่องจากลูกค้าคาดหวังการมีปฏิสัมพันธ์เฉพาะบุคคลกับแบรนด์ ทีมการตลาดพบว่า เป็นเรื่องยากที่จะสร้างรูปภาพและข้อความโฆษณาให้เพียงพอต่อการส่งมอบแคมเปญในระดับที่มากขึ้น และรวดเร็วขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมาย ช่องทาง และตลาดต่างๆ เมื่อความท้าทายนี้ดูเหมือนจะยากเกินกว่าจะเอาชนะได้ Generative AI ที่เพิ่งถือกำเนิดขึ้นจึงกลายมาเป็นเครื่องมือใหม่ที่ช่วยให้ทีมครีเอทีฟและการตลาดตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความโดดเด่นให้กับแบรนด์ของตน”

**Heather Freeland**

Chief Brand Officer ของ Adobe



สำหรับทีม performance marketing เนื้อหาเปรียบเสมือนสกุลเงินในเศรษฐกิจดิจิทัล แต่เราอยู่ภายใต้แรงกดดันให้ต้องสร้างเนื้อหามากขึ้นด้วยความเร็วและปริมาณที่ไม่เคยมีมาก่อน โดยไม่มีทรัพยากรเพิ่มเติม Adobe ตระหนักถึงความท้าทายเหล่านี้เป็นอย่างดี ฝ่าย Global Marketing Organization ของเราประสบปัญหาในการสร้าง assets ให้เพียงพอ การเปิดตัวและอัปเดตแคมเปญใหม่ๆ การตอบสนองต่อเทรนด์ในตลาด และการติดตามประสิทธิภาพของเนื้อหาแบบเรียลไทม์ ประสบการณ์ตรงนี้ทำให้เรามีมุมมองที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นและมีแรงจูงใจเพิ่มในการลดช่องว่างระหว่างความต้องการของลูกค้าและขีดความสามารถของเรา

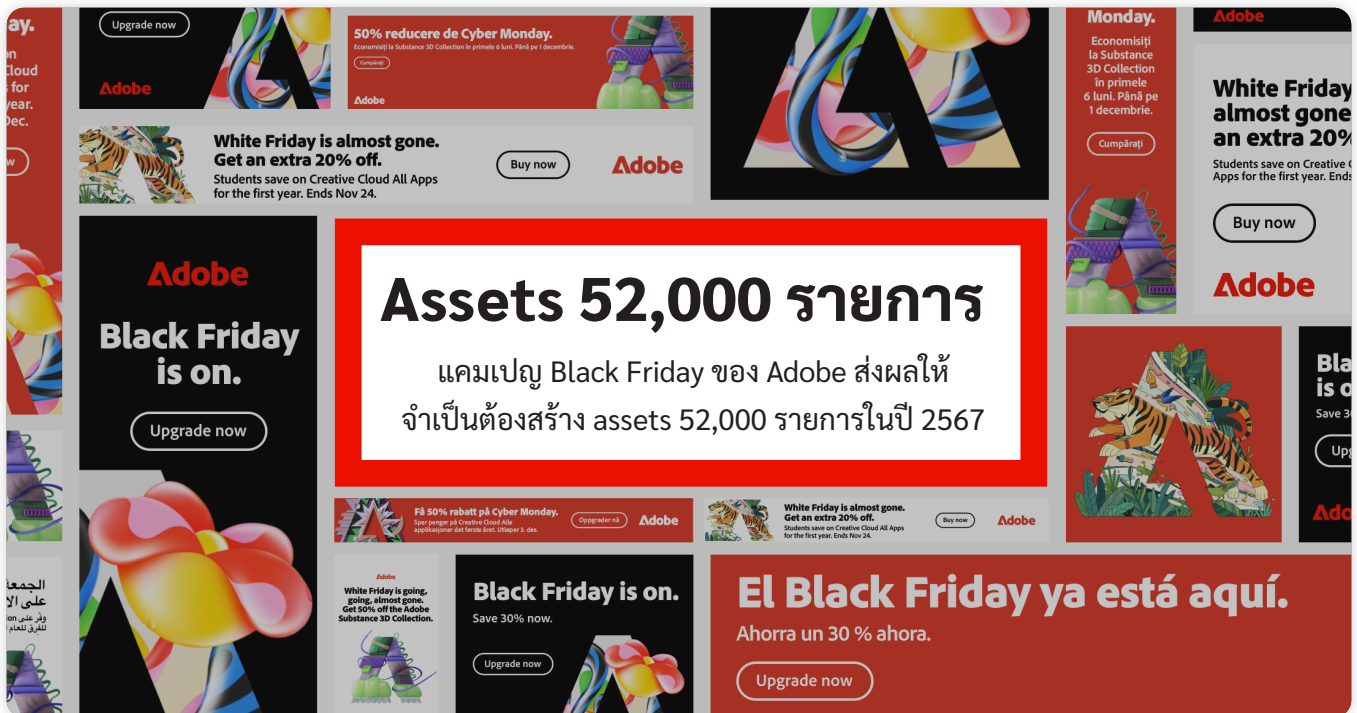
## Generative AI

AI ประเภทหนึ่งที่สามารถสร้างเนื้อหาใหม่ เช่น ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เสียง หรือประสบการณ์ทั้งหมดตามอินพุตหรือพรอมต์ ซึ่งถือเป็นก้าวหนึ่งที่พัฒนาไปไกลกว่าความสามารถของ AI แบบเดิมในการวิเคราะห์ข้อมูลและทำงานอัตโนมัติ

[Adobe GenStudio for Performance Marketing](#) มุ่งมั่นที่จะเป็นนวัตกรรมล้ำสมัยในโลกของการตลาด โดยเป็นแอปพลิเคชัน Generative AI แรกที่ช่วยผลิตเนื้อหาที่ให้ผลลัพธ์สูงได้อย่างรวดเร็วและในปริมาณมาก อย่างที่ไม่มีใครเคยคิดฝันมาก่อน เครื่องมือนี้ช่วยให้ทีมการตลาดสามารถสร้างเนื้อหาที่เข้ากับแบรนด์แบบหลายช่องทางสำหรับโฆษณา อีเมล และแคมเปญ ในขณะที่เดียวกันก็ให้ข้อมูลเชิงลึกแบบเรียลไทม์มาใช้ปรับปรุงเนื้อหาให้เหมาะสมยิ่งขึ้น เราลองใช้ภายในองค์กรของเราเองก่อน และผลลัพธ์ที่ได้ก็น่าทึ่งมากๆ

# การตลาดองค์กรในระดับโลก

Adobe Global Marketing Organization (GMO) มีพนักงานมากกว่า 1,100 คนทำหน้าที่ขับเคลื่อนงานด้านการตลาดขนาดใหญ่ของบริษัทด้วยความเชี่ยวชาญระดับโลก จากการใช้จ่ายด้านการตลาดมากกว่า 1 พันล้านดอลลาร์ต่อปี GMO จัดการแคมเปญที่ซับซ้อนในหลายช่องทางและตลาดหลายแห่ง ตัวอย่างวิธีการเข้าถึงลูกค้าดังกล่าวคือ ทุกปีเราส่งอีเมลหลายพันล้านฉบับไปยังเซกเมนต์กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายทั่วโลกในมากกว่า 40 ภาษา



แม้ว่าจะประสบความสำเร็จอย่างน่าประทับใจ แต่เรายังประสบปัญหาในการจัดการเนื้อหาจำนวนมากที่จำเป็นสำหรับการส่งมอบการตลาดเฉพาะบุคคลให้กับลูกค้าจำนวนมากอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเราต้องสร้างแคมเปญต่างๆ มากมายขึ้นมาทุกปี ตัวอย่างเช่น โปรโมชั่น Black Friday ของเราต้องสร้าง assets และเนื้อหารูปแบบต่างๆ นับหมื่นสำหรับสายผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันในทุกช่องทาง กลุ่มเป้าหมาย และตลาดทั่วโลก ในปี 2566 เราสร้าง assets จำนวน 52,000 รายการสำหรับแคมเปญเดียวนี้ โปรเจกต์ใหญ่ครั้งนี้ต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมากของสตูดิโอและเอเจนซีของเรา จึงทำให้ขาดเนื้อหาสำหรับโปรเจกต์อื่น หากไม่สามารถสร้างปรับเปลี่ยน หรืออัปเดตเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว แคมเปญทางการตลาดก็จะไม่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพน้อยลง นำไปสู่การมีส่วนร่วมของลูกค้าที่ลดลงและผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ที่น้อยลง

## Asset

ไฟล์เอกสาร รูปภาพ วิดีโอ หรือเสียงดิจิทัลที่สามารถมีได้หลายรูปแบบ, sub-assets หรือเลย์เออร์

## ความท้าทายที่เราเผชิญ

เราและบริษัทด้านการตลาดระดับองค์กรอื่นๆ ต้องเผชิญกับความท้าทายมากมายในโลกปัจจุบันที่บริโภคนเนื้อหาเป็นสิ่งที่ต้องการอย่างมาก ความท้าทายหลักคือการขยายการรองรับการผลิต asset อย่างรวดเร็วตามความต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับเนื้อหาเฉพาะบุคคลและลดต้นทุนไปพร้อมกัน วิธีการผลิตแบบเดิมของเราทำให้กระบวนการทำงานของเราติดขัดและทำให้ทั้งระบบนิเวศการตลาดช้าลง

### การไม่สามารถสร้างเนื้อหาและรูปแบบได้อย่างเพียงพอนำไปสู่ข้อจำกัดต่อไปนี้

- การทดสอบที่ครอบคลุมในวงกว้างและการใช้อัลกอริทึมการเพิ่มประสิทธิภาพที่ซับซ้อนยังคงเป็นความท้าทาย
- การไม่สามารถอัปเดตและนำเนื้อหากลับมาใช้ซ้ำได้อย่างทันท่วงทีส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของแคมเปญเรา
- ไม่สามารถนำเสนอเนื้อหาให้กับเซกเมนต์กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายได้เนื่องจากขาดเนื้อหาที่เกี่ยวข้องและมีทรัพยากรจำกัด
- การขาดแคลนเนื้อหาอย่างต่อเนื่องลดความสามารถในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและทำการตลาดในวงกว้างให้ถูกเวลา
- ความพยายามในการแปลภาษานั้นช้าลงเนื่องจากทีมงานระดับภูมิภาคต้องอาศัย assets ภาษาอังกฤษ
- ข้อมูลเชิงลึกไม่มีข้อมูลโดยละเอียดเกี่ยวกับ asset ซึ่งทำให้ยากต่อการวัดผลลัพธ์ของเนื้อหาและปรับแต่งแคมเปญให้เหมาะสม



# 59%

ของทีมการตลาดกล่าวว่าตน  
เผชิญกับปัญหาในการสร้างเนื้อหา  
เนื่องจากทีมครีเอทีฟอยู่ภายใต้แรง  
กดดันมากเกินไป

# 41%

ของบริษัทกำลังใช้หรือวางแผน  
ที่จะใช้ Generative AI เพื่อปรับ  
แต่งเนื้อหาตามข้อมูลลูกค้า

ที่มา: Adobe

การวิจัยของเราพบว่า 59% ของทีมการตลาดเผชิญความท้าทายที่คล้ายกันเนื่องจากทีมครีเอทีฟต้องแบกรับความต้องการมหาศาลและทีมการตลาดต้องขอความช่วยเหลือจากทีมครีเอทีฟสำหรับเนื้อหาชิ้นใหม่หรือเวอร์ชันใหม่ทุกชิ้น พวกเราหลายคนกำลังมองหาวิธีแก้ไขปัญหานี้และส่วนใหญ่หันมาใช้ Generative AI ใน [รายงาน Digital Trends ประจำปี 2567 ของเรา](#) เนื้อหากลายเป็น use case ยอดนิยมสำหรับกลยุทธ์ Generative AI โดย 41% ของบริษัทรายงานว่ากำลังใช้หรือจะใช้ Generative AI ในการนำเสนอเฉพาะบุคคล



ทีมสื่อและอีเมลต้องการเนื้อหาที่หลากหลายจำนวนมากสำหรับแบรนด์ ในหลายช่องทางการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้าและทำตามเป้าหมายทางธุรกิจ อธิบายแบบง่ายๆ ก็คือเนื้อหาและประสบการณ์เป็นสิ่งที่ผลักดัน ROI ทางการตลาดในตอนนี้”

**Patrick Brown**

Vice President, Growth Marketing and Insights ของ Adobe



## Generative AI และโอกาสในการขยายการรองรับเนื้อหาที่ Adobe

การเกิดขึ้นของ Generative AI ในช่วงปลายปี 2566 ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญสำหรับทีมการตลาดระดับโลกของเรา ด้วยการตระหนักถึงศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงการสร้างข้อความและรูปภาพโดยใช้พรอมต์ภาษาธรรมชาติ เราได้รวบรวมทีมข้ามสายงานที่มีทั้งนักการตลาด ครีเอทีฟ และ data scientists แล้วมอบหมายให้บุคลากรเหล่านี้ผสมผสานเทคโนโลยีอันทรงพลังนี้เข้ากับกระบวนการสร้างเนื้อหาของเรา เมื่อเราพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ Adobe มักจะเป็นรายแรกที่จะใช้และทดสอบผลิตภัณฑ์เหล่านั้นในเวิร์กโฟลว์ของเราเอง ก่อนที่จะเปิดตัวให้กับผู้ใช้ทั่วโลก โครงการนี้ไม่เพียงแต่เป็นการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ แต่เป็นการเข้าสู่ยุคใหม่แห่ง marketing agility ที่ช่วยให้เรากำหนดความสามารถในการดำเนินงานใหม่และเพิ่มขีดความสามารถให้กับลูกค้าในการทำเช่นเดียวกัน

### Performance marketer

นักการตลาดเชิงประสิทธิภาพ ผู้สร้างแคมเปญสำหรับอีเมลและสื่อแบบชำระเงิน (แพลตฟอร์มโฆษณาแบบดิสเพลย์ โซเชียลมีเดีย และวิดีโอ) โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ทางการตลาด เช่น ROI, ยอดขาย และการมีส่วนร่วม

### คลื่นลูกแรก-มุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของผู้เชี่ยวชาญด้านครีเอทีฟ

การผสมผสานการทำงานระหว่าง Generative AI กับ Creative Cloud ของ Adobe โดยเฉพาะอย่างยิ่งในผลิตภัณฑ์หลัก เช่น Photoshop และ Illustrator ถือเป็นก้าวกระโดดที่สำคัญในด้านประสิทธิภาพการทำงานของพีเจอาร์ต่างๆ เช่น [Generative Fill ใน Photoshop](#) และ [Generative Recolor ใน Illustrator](#) ช่วยลดเวลาที่ผู้เชี่ยวชาญด้านครีเอทีฟใช้ไปกับงานแก้ไขที่น่าเบื่อ ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยลดช่องว่างเนื้อหาที่เราต้อง

เผชิญอย่างต่อเนื่อง การเร่งกระบวนการของงานครีเอทีฟช่วยให้ทีมสามารถผลิตเนื้อหาคุณภาพสูงจำนวนมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องสำหรับ assets ทางการตลาดแบบเฉพาะบุคคลและทันเวลา สุดท้ายแล้วจะช่วยให้ทีมครีเอทีฟมีเวลาใส่ใจกลยุทธ์ในภาพรวม ซึ่งจะช่วยขับเคลื่อนธุรกิจไปข้างหน้า

## คลื่นลูกที่สอง—มุ่งเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างเนื้อหาให้กับนักการตลาด

แม้จะมีความก้าวหน้าอย่างมากในด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผล แต่เรายังมีงานที่ต้องทำเพื่อปิดช่องว่างด้านเนื้อหา ในช่วงต้นปี 2566 เราได้เพิ่มขีดความสามารถในการสร้างเนื้อหาให้กับนักการตลาดโดยใช้ Generative AI ในอดีตกระบวนการทางการตลาดของเราใช้เวลานานมาก มีทั้งการเขียนบรีฟ การรอ assets และการนำ assets เข้าสู่กระบวนการตรวจทานและอนุมัติ

ด้วยการพัฒนาเครื่องมือให้นักการตลาดใช้สร้าง assets ที่ตรงตามแนวทางประจำแบรนด์ได้เอง เราได้เร่งกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด เพิ่มความคล่องตัวของแคมเปญ และเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร แนวทางนี้ช่วยลดช่องว่างของเนื้อหาโดยใช้ทักษะของทีม performance marketing ของเราและเพิ่มขีดความสามารถด้วย Generative AI



### การตรวจสอบ Generative AI ในการดำเนินงานด้านการตลาดของเรา

ความท้าทายแรกของเราคือการพิจารณาว่า Generative AI สามารถสร้างเนื้อหาด้านการตลาดที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ของเราได้อย่างถูกต้อง รักษาความคิดสร้างสรรค์ และสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของแบรนด์เราหรือไม่ ชื่อเสียงของแบรนด์ Adobe ที่สร้างมาจากนวัตกรรมหลายทศวรรษมีความสำคัญต่อความสำเร็จของเรา สำหรับการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ สิ่งสำคัญคือเนื้อหาของ Generative AI จะต้องสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของแบรนด์เราเพื่อรักษาความไว้วางใจของลูกค้าและสถานะในตลาด และสร้างความเชื่อมั่นในการใช้เครื่องมือ Generative AI ภายในบริษัท สิ่งนี้พิสูจน์ให้เห็นถึงความสำเร็จ

แม้ว่าบางองค์กรจะกังวลเกี่ยวกับข้อผิดพลาดจาก AI อย่างเนื้อหาที่สร้างขึ้นโดย AI ซึ่งไม่ถูกต้องตามข้อเท็จจริง แต่การทดลองของเราแสดงให้เห็นว่าปัญหาเหล่านี้ไม่ร้ายแรงและอาจเป็นประโยชน์ได้ด้วย การยกระดับความคิดสร้างสรรค์ด้วย AI เช่นนี้มักนำไปสู่เนื้อหาแนวใหม่ ในขณะที่ยังคงรักษาความถูกต้องของผลิตภัณฑ์ไว้ สิ่งที่มีมุมมองว่าเป็นข้อจำกัดของ Generative AI ในด้านอื่นๆ กลายเป็นข้อได้เปรียบที่โดดเด่นในแอปพลิเคชันการตลาดของเรา ซึ่งความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความโดดเด่น

## การสร้างโซลูชันที่ขยายการรองรับได้

ด้วยความสำเร็จที่ Generative AI นำมาสู่ทีมครีเอทีฟและการตลาด เราจึงเห็นโอกาสในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่อาจเป็นประโยชน์ต่อองค์กรเช่นเดียวกับเราเอง ทีมครีเอทีฟของเราใช้งานเครื่องมือ Generative AI ในขณะที่ให้คำแนะนำและปรับแต่งผลลัพธ์โดยการสร้างพรอมต์ให้ผลิตเนื้อหาสำหรับแบรนด์ เมื่อเรามีความเชื่อมั่นในเทคโนโลยี เราจึงเปลี่ยนไปใช้แนวทางที่ขยายการรองรับได้มากขึ้นและขอให้ทีมครีเอทีฟและวิศวกรของเราผสมรวมความเชี่ยวชาญของตนไว้ในระบบ เราทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดกับทีมวิจัยในห้องปฏิบัติการและทีมผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างเครื่องมือที่ช่วยให้นักการตลาดสามารถดำเนินการแบบ self-serve สำหรับความต้องการเนื้อหาส่วนใหญ่ของตน งานนี้ส่งผลให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่คือ Adobe GenStudio for Performance Marketing

แทนที่จะผสมรวมความสามารถของแอปพลิเคชันหลายตัวเข้าด้วยกัน GenStudio for Performance Marketing เป็นแอปพลิเคชันแบบ self-serve ที่ช่วยให้ นักการตลาดค้นหา ปรับเปลี่ยน สร้าง และวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับแคมเปญได้จากที่เดียวโดยทำงานอย่างใกล้ชิดกับทีมครีเอทีฟ เครื่องมือนี้ช่วยตอบสนองความต้องการด้านประสบการณ์เฉพาะบุคคลด้วยเนื้อหาที่เข้ากับแบรนด์ อัปเดตแคมเปญเพื่อให้ลูกค้ามีส่วนร่วมและตอบสนองต่อเทรนด์ตลาดที่เปลี่ยนแปลง ด้วยข้อมูลเชิงลึกแบบเรียลไทม์ performance marketers สามารถปรับการใช้ asset และแคมเปญอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มผลลัพธ์และประสิทธิภาพให้สูงสุด

## Generative AI จัดการกับความต้องการที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองของเราได้อย่างไร

เมื่อเราพัฒนา GenStudio for Performance Marketing แล้ว การผสมผสานการทำงานเข้ากับเวิร์กโฟลว์ของเราก็ใช้แนวทางที่วัดผลได้ เราได้สำรวจความท้าทายของเราและตรวจสอบ use cases เฉพาะเพื่อวัดผลลัพธ์ของ Generative AI ในแต่ละกรณี สิ่งที่เราค้นพบมีดังนี้



Adobe GenStudio for Performance Marketing ช่วยเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานของนักการตลาดดิจิทัลยุคใหม่อย่างมีนัยสำคัญ ทีมการตลาดของเรากำลังสร้าง assets สำหรับแบรนด์มากขึ้นและรวดเร็วยิ่งขึ้นสำหรับโฆษณาบนโซเชียลมีเดียแบบชำระเงินและอีเมลการตลาด ซึ่งนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่ดีขึ้นผ่านการนำเสนอเฉพาะบุคคลที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นและ ROI ที่เพิ่มขึ้น โดยการลดความเบื่อหน่ายและนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลายจำนวนมากขึ้นในแต่ละโปรแกรม”

**Patrick Brown**

Vice President, Growth Marketing and Insights ของ Adobe



# 1. การทดสอบอีเมลและโซเชียลมีเดียแบบชำระเงินกับผู้ใช้จำนวนมาก

**ความท้าทาย:** นักการตลาดของเราประสบความสำเร็จยากลำบากในการทดสอบอีเมลและแคมเปญโซเชียลมีเดียแบบชำระเงินในวงกว้าง โดยส่วนใหญ่แล้วเราไม่สามารถสร้างเนื้อหาในรูปแบบต่างๆ ได้เพียงพอเนื่องด้วยงบประมาณและเวลาที่มีจำกัด การไม่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพเนื้อหาตามข้อมูลประสิทธิภาพทำให้อัตราการมีส่วนร่วมและเมตริกชี้วัด conversion ลดลง เมื่อการทดสอบเป็นไปได้ เราสามารถทดสอบได้เพียงสองเวอร์ชันของหัวเรื่องและ pre-header แต่ไม่ใช่อีเมลทั้งหมด สำหรับสื่อแบบชำระเงิน เรามักจะสามารถสร้างรูปแบบได้เพียงหนึ่งหรือสองรูปแบบเท่านั้น จึงยากที่จะใช้ประโยชน์จากความสามารถในการกำหนดเป้าหมายอันน่าทึ่งของแพลตฟอร์มโซเชียล

## อัตราการเปิดเพิ่มขึ้น

# 8.5%

GenStudio for Performance Marketing ช่วยให้เราสามารถเปลี่ยนและทดสอบหัวเรื่องใหม่ๆ ทุกสองสัปดาห์ ส่งผลให้อัตราการเปิดเพิ่มขึ้น 8.5%

## การทดสอบ A/B/n

วิธีการที่คล้ายกับการทดสอบ A/B แต่ทำการเปรียบเทียบเนื้อหา มากกว่าสองรูปแบบ เช่น หน้าเว็บ อีเมล หรือ digital asset เพื่อทำความเข้าใจว่ารูปแบบใดดีที่สุดในการขับเคลื่อนผลลัพธ์ทางธุรกิจ

**โซลูชัน:** จากการใช้พรอมต์ทุกครั้ง GenStudio for Performance Marketing จะสร้าง asset อย่างน้อยสี่รูปแบบที่ขอในแต่ละรายการโดยมีหัวข้อ หัวเรื่อง และข้อความเนื้อหาที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ personas และผลิตภัณฑ์เป้าหมายของเรา ตอนนี้เราสามารถสร้างและทดสอบเนื้อหาหลายรูปแบบของอีเมลทั้งหมดและโฆษณาโซเชียลมีเดียแบบชำระเงินได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่เดียวกันก็ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของแบรนด์ Adobe สำหรับอีเมล เราจะทำการทดสอบ A/B/n และการวิเคราะห์หลายตัวแปรในองค์ประกอบเนื้อหาต่างๆ รวมถึงหัวเรื่อง ข้อความเนื้อหา รูปภาพ และคำกระตุ้นการตัดสินใจ สำหรับโซเชียลมีเดีย เราใช้อัลกอริทึมการเพิ่มประสิทธิภาพของ Facebook และ Instagram เพื่อนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ถูกกลุ่ม

**ผลลัพธ์:** สำหรับหนึ่งในการทดสอบอีเมลโดยใช้ Generative AI ครั้งแรก เราได้สร้างและทดสอบอีเมลสำหรับ Adobe Photoshop จำนวนห้าเวอร์ชันอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีอัตราการคลิกผ่านเพิ่มขึ้นมากกว่า 10% สำหรับการทดสอบที่ตามมาโดยใช้กลยุทธ์เดียวกัน อัตราการคลิกของเราเพิ่มขึ้น 57% อย่างน่าทึ่งสำหรับแคมเปญอีเมลโดยใช้ Adobe Illustrator การสร้างเนื้อหาได้อย่างรวดเร็วยังช่วยให้เราสามารถทดสอบหัวเรื่องใหม่ๆ สำหรับแคมเปญที่กำลังดำเนินอยู่ทุกสองสัปดาห์ โดยส่งผลให้อัตราการเปิดสูงขึ้น 8.5% สำหรับโซเชียลมีเดียแบบชำระเงิน แคมเปญหนึ่งสำหรับ Adobe Creative Cloud ใช้รูปภาพและข้อความรูปแบบต่างๆ ทำแบบ ส่งผลให้ ROI สูงขึ้น 10% เมื่อเปรียบเทียบกับแคมเปญก่อนหน้านี้ที่คล้ายกัน การทดสอบที่รวดเร็วและครอบคลุมนั้นได้เปลี่ยนแนวทางของเราในการเพิ่มประสิทธิภาพเนื้อหา ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลทางการตลาดของเราอย่างมีนัยสำคัญ

# CTR เพิ่มขึ้น 57%

สำหรับการทดสอบด้วย Generative AI แคมเปญอีเมลของ Adobe Illustrator มีอัตราการคลิกเพิ่มขึ้น 57% เมื่อเทียบกับตัวแปรอื่นๆ

1



**Generative AI: ทางลัดการออกแบบของคุณ**

คุณมีสิ่งที่คุณต้องการ? ใช้พลังของ Generative AI ใน Adobe Illustrator. See Adobe Firefly ที่มีประสิทธิภาพที่ช่วยให้คุณสามารถสร้างเนื้อหาแบบกำหนดเองได้

ค้นหาเพิ่มเติม

2



**Generative AI ทางลัดสู่ภาพประกอบสุดทึ่ง**

เปลี่ยนไอเดียของคุณให้เป็นรูปภาพที่สมบูรณ์แบบได้ง่ายๆ Test to Vector Graphic ใน Adobe Illustrator เพื่อหาวิธีที่ดีที่สุดในการสร้างเนื้อหาแบบกำหนดเองด้วย Generative AI ใน Adobe Firefly via GenStudio แล้ว

ค้นหาเพิ่มเติม

3



**เร่งกระบวนการจากการออกไอเดียไปสู่ผลงานศิลปะด้วย Generative AI**

เพิ่มพลังของ Generative AI ใน Adobe Firefly ใน Adobe Illustrator เพื่อค้นหาแนวทางที่ดีที่สุดในการสร้างเนื้อหาแบบกำหนดเองด้วย Generative AI ใน Adobe Firefly via GenStudio แล้ว

ค้นหาเพิ่มเติม

4

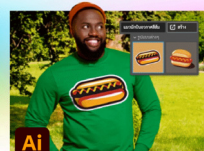


**Generative AI คู่หูงานครีเอทีฟของคุณใน Illustrator**

Test to Vector Graphic ใน Adobe Illustrator ช่วยให้คุณค้นหาแนวทางที่ดีที่สุดในการสร้างเนื้อหาแบบกำหนดเองด้วย Generative AI ใน Adobe Firefly

ค้นหาเพิ่มเติม

5



**เปลี่ยนไอเดียเป็นผลงานจริงด้วย AI ใน Illustrator**

เปลี่ยนไอเดียของคุณให้เป็นรูปภาพที่สมบูรณ์แบบได้ง่ายๆ Test to Vector Graphic ใน Adobe Illustrator เพื่อหาวิธีที่ดีที่สุดในการสร้างเนื้อหาแบบกำหนดเองด้วย Generative AI ใน Adobe Firefly

ค้นหาเพิ่มเติม

## 2. อัปเดตและนำเนื้อหากลับมาใช้ซ้ำได้อย่างรวดเร็ว

**ความท้าทาย:** การอัปเดตเนื้อหาอย่างต่อเนื่องจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของแคมเปญและลดความเบื่อหน่ายในโฆษณา ตัวอย่างเช่น Meta แนะนำให้อัปเดต assets สำหรับโฆษณาทุกสามถึงสี่สัปดาห์ เนื่องจากความต้องการด้านเนื้อหาที่ไม่ได้รับการตอบสนอง เราจึงมีเนื้อหาไม่เพียงพอเพื่ออัปเดตแคมเปญสื่อแบบชำระเงินเป็นประจำ เนื้อหามักจะล้าสมัยเนื่องจากเราสามารถอัปเดตได้เพียงสามเดือนครั้ง และ assets บางส่วนยังถูกใช้งานในตลาดเกินหกเดือน แม้จะมีคลัง assets คุณภาพสูงได้รับการอนุมัติและใช้แล้วมากมาย แต่การนำมาใช้ซ้ำหรือรีมิกซ์เนื้อหาที่มีอยู่ก็ใช้เวลาานพอๆ กับการสร้างเนื้อหาใหม่

**โซลูชัน:** ด้วยการผสมรวมระบบ Digital Asset Management (DAM) ของเราเข้ากับความสามารถของ Generative AI นั้น GenStudio for Performance Marketing ช่วยให้เราสามารถสร้าง assets ที่มีอยู่ในเวอร์ชันที่อัปเดตตามดีไซน์แบบเดิมจากทีมครีเอทีฟของเรา ตอนนี้การตลาดสามารถเข้าถึง แก์ไข และรีมิกซ์ assets ที่ได้รับการอนุมัติที่มีอยู่ได้อย่างรวดเร็ว ตัวอย่างเช่น hero image ที่ประสบความสำเร็จจากแคมเปญโซเชียลมีเดียสามารถอัปเดตด้วยพาดหัวชุดใหม่ที่สร้างขึ้นด้วย Generative AI หรือนำมาใช้ซ้ำเพื่อสร้างแคมเปญอีเมลใหม่

**ผลลัพธ์:** การการช่วยให้นักการตลาดสามารถนำเนื้อหากลับมาใช้ซ้ำและทำการอัปเดตได้ช่วยลดเวลาในการเข้าสู่ตลาดของเราได้อย่างมาก โดยลดขั้นตอนการสร้างอีเมลจาก 2-3 สัปดาห์เหลือเพียง 2-3 วันเท่านั้น ตอนนี้เราสามารถนำเนื้อหาอีเมลกลับมาใช้ซ้ำได้อย่างง่ายดายโดยใช้ hero image เดียวกันกับข้อความโฆษณาต่างๆ สำหรับ personas ที่แตกต่างกัน ในตัวอย่างหนึ่ง hero image ที่มีประสิทธิภาพสูงที่สร้างขึ้นสำหรับแคมเปญ Adobe Illustrator ประจำปี 2566 ได้นำกลับมาใช้ซ้ำเพื่อสร้างแคมเปญอีเมลอีกหลายรายการ การปรับองค์ประกอบที่มีประสิทธิภาพสูงอย่างรวดเร็ว เช่น พาดหัวหรือการกระตุ้นให้ดำเนินการสำหรับ hero images ช่วยเพิ่มความคล่องตัวในแคมเปญของเราได้อย่างมาก การทดสอบที่รวดเร็วและครอบคลุมนั้นได้เปลี่ยนแนวทางของเราในการเพิ่มประสิทธิภาพเนื้อหา ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลทางการตลาดของเราอย่างมีนัยสำคัญ

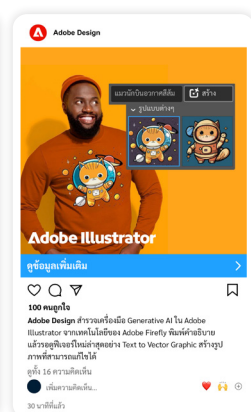
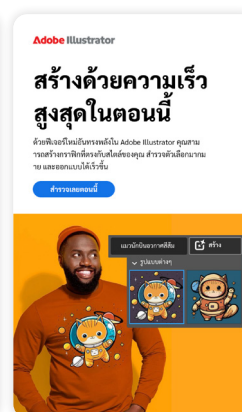
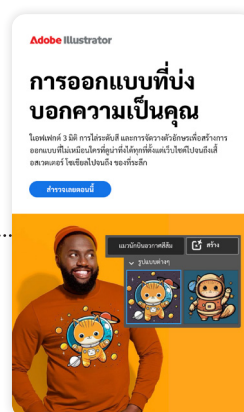
## 3 สัปดาห์เหลือเพียง 3 วัน

กระบวนการสร้างอีเมลแบบเร่งด่วนและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้วย Generative AI

Asset นี้สร้างขึ้นโดยนักออกแบบที่ใช้ Generative AI...



กลายเป็น assets ใหม่ที่สร้างขึ้นด้วย GenStudio for Performance Marketing



### 3. ช่วยนักการตลาดสร้างเนื้อหาใหม่ที่น่าสนใจสำหรับกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ

**ความท้าทาย:** ทรัพยากรที่จำกัดทำให้ยากต่อการสร้างเนื้อหาเฉพาะบุคคลสำหรับเซกเมนต์กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ซึ่งส่งผลให้พลาดโอกาสและได้รับการมีส่วนร่วมที่ไม่มีประสิทธิภาพในฐานะลูกค้าทั้งหมดของเรา ตัวอย่างเช่น ทีม lifecycle marketing ของเราพยายามที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างๆ 12 กลุ่มสำหรับโปรแกรมการหาลูกค้าใหม่ในอเมริกาเหนือของเรา แต่บ่อยครั้งการขาดเนื้อหาจำกัดให้เราจำกัดเป้าหมายได้เพียง 6 กลุ่มเท่านั้น ทีมของเราไม่สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายและกิจกรรมเฉพาะสำหรับสื่อแบบชำระเงินได้เนื่องจากไม่มีเนื้อหา เราสามารถโฆษณาผลิตภัณฑ์ 13 รายการในวงกว้างแต่ขาด assets สำหรับ persona เฉพาะเพื่อส่งข้อความและเนื้อหาที่แตกต่างกันสำหรับแต่ละ persona ในแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย

**โซลูชัน:** ความเร็วและความคล่องตัวในการสร้างเนื้อหาด้วย Generative AI ช่วยให้นักการตลาดของเราสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้นด้วยเนื้อหาที่ปรับให้เหมาะกับความต้องการ GenStudio for Performance Marketing ทำให้ง่ายต่อการปรับเนื้อหาให้มีความเฉพาะตัวโดยใช้พรอมต์เดียวกันและเปลี่ยน persona เป้าหมายเพื่อสร้างความหลากหลายสำหรับแบรนด์ในทุกช่องทางสำหรับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ

**ผลลัพธ์:** ตอนนี้เราดึงดูดฐานลูกค้าของเราให้เข้ามามีส่วนร่วมกับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องมากขึ้น เพื่อกระตุ้นผลลัพธ์ทางการตลาดที่ดีกว่าในเซกเมนต์กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ทีม lifecycle marketing ของเราได้เพิ่มประสบการณ์อีเมลและกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายเป็นสองเท่า ซึ่งทีมนำเสนอเนื้อหาเฉพาะบุคคลสำหรับแคมเปญการหาลูกค้าใหม่ในอเมริกาเหนือของเรา ตอนนี้เราสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้ง 12 กลุ่มได้อย่างสม่ำเสมอเพื่อเรื่องเป้าหมายด้านรายได้ของเรา สำหรับสื่อแบบชำระเงิน GenStudio for Performance Marketing ช่วยให้เราสามารถสร้างเนื้อหาเพียงพอที่จะใช้อัลกอริทึมแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียได้ดีขึ้นเพื่อนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ถูกกลุ่ม

**Lifecycle marketer**

พัฒนาและดำเนินกลยุทธ์การตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้าในทุกขั้นตอนของประสบการณ์กับแบรนด์

**100%**  
**ของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าถึง**

ทีม lifecycle marketing ได้เพิ่มทั้งปริมาณประสบการณ์อีเมลที่แตกต่างกันและจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับเนื้อหาเฉพาะบุคคลเป็นสองเท่า



## 4. ทำการตลาดได้แบบเรียลไทม์และตอบสนองได้มากขึ้น

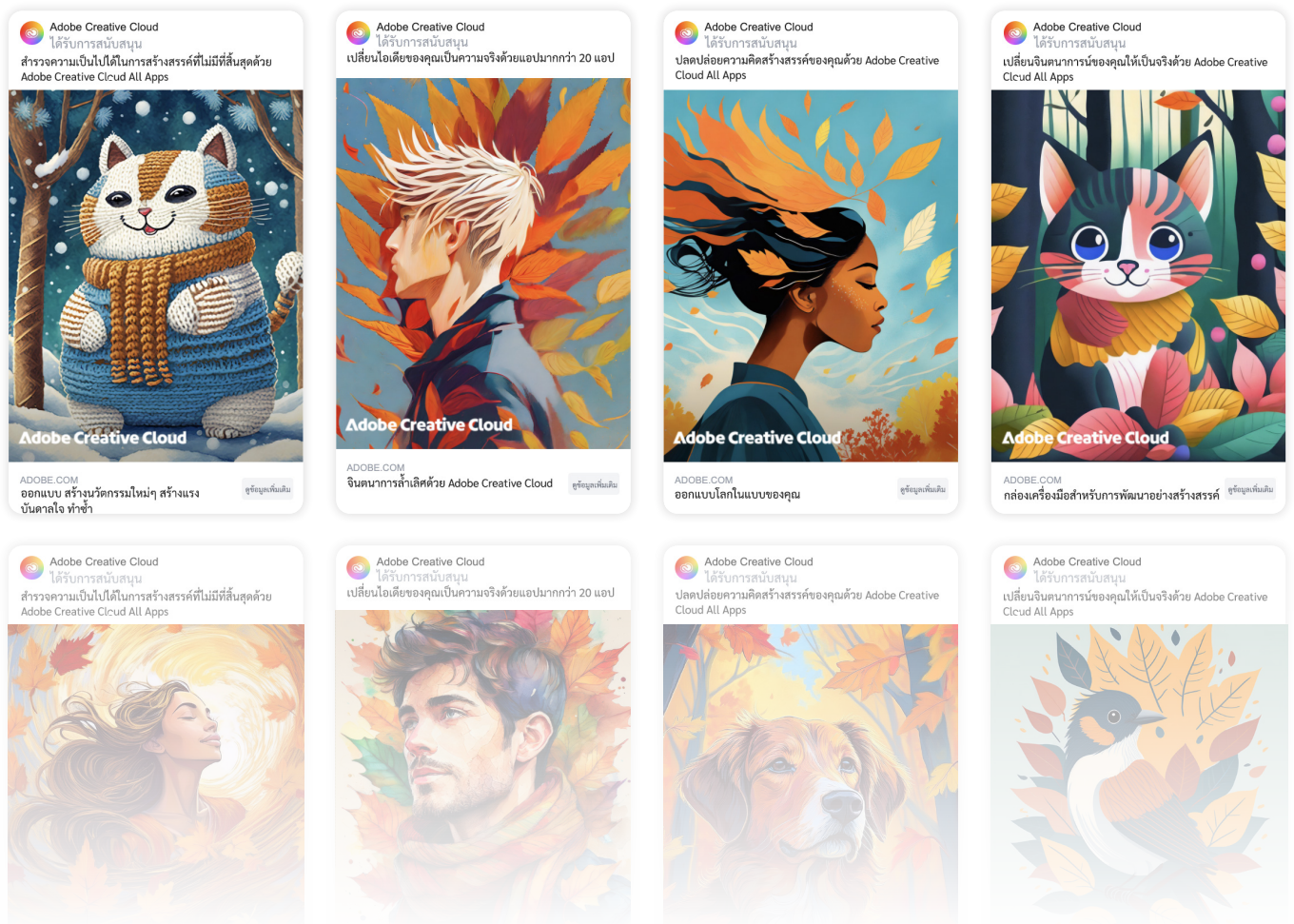
**ความท้าทาย:** การขาดความสามารถในการผลิตเนื้อหาในเวลาที่ใช้ประโยชน์จากเหตุการณ์ปัจจุบันและโอกาสทางการตลาด ส่งผลให้พลาดรายได้และลดความเกี่ยวข้องกับตลาด โทรม์ไลน์การผลิตในระยะเวลาดำเนินการของเราทำให้เราพลาดช่วงเวลาสำคัญสำหรับแคมเปญที่ทันเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมตามฤดูกาลและแนวโน้มที่เกิดขึ้นใหม่

**โซลูชัน:** GenStudio for Performance Marketing ช่วยลดขั้นตอนการสร้างเนื้อหาสำหรับแบรนด์ของเราจากหลายสัปดาห์เหลือเพียงไม่กี่วันหรือชั่วโมง เราจึงสามารถตอบสนองต่อเหตุการณ์ได้ดีขึ้นแบบเรียลไทม์ นักการตลาดสามารถสร้างเนื้อหาได้อย่างอิสระ ซึ่งช่วยลดระยะเวลาของ assets ได้อย่างมาก โดยสามารถค้นหา สร้าง และปรับเปลี่ยน assets เพื่อดึงดูดลูกค้าและวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพแบบเรียลไทม์เพื่ออัปเดตแคมเปญและสอดคล้องกับแนวโน้มของตลาด

**ผลลัพธ์:** GenStudio for Performance Marketing ช่วยให้เราสามารถสร้างและส่งมอบแคมเปญที่ไม่สามารถทำได้มาก่อน เราประสบความสำเร็จในการดำเนินการแคมเปญโซเชียลมีเดียแบบชำระเงินในอิมมูนิตี้ไปไม่ร่วงครั้งแรกของเราสำหรับ Adobe Creative Cloud ในปี 2566 ซึ่งผลักดัน ROI ให้สูงกว่าแคมเปญที่เทียบเคียงกันได้ถึง 9% เมื่อเร็วๆ นี้เราได้ส่งมอบแคมเปญ Summer Olympic Games สำหรับ Creative Cloud ซึ่งสร้างขึ้นอย่างรวดเร็วหลังจากที่ผลทางการเงินรายสัปดาห์ของเราแสดงให้เห็นถึงสัญญาณความแข็งแกร่งในตลาดต่างประเทศ ความคล่องตัวที่เพิ่มขึ้นนี้ทำให้เราตอบสนองต่อตลาดได้ดีขึ้น และส่งเสริมประสิทธิภาพของแคมเปญและประสิทธิภาพด้านการตลาดโดยรวมของเรา

# ROI เพิ่มขึ้น 9%

Generative AI ทำให้เราประสบความสำเร็จในการดำเนินการแคมเปญโซเชียลมีเดียแบบชำระเงินในอิมมูนิตี้ไปไม่ร่วงครั้งแรกของเราสำหรับ Creative Cloud ซึ่งผลักดัน ROI ให้สูงกว่าแคมเปญที่เทียบเคียงกันได้ถึง 9%



## 5. การปรับปรุงการแปลและความคล่องตัวสำหรับทีมการตลาดระดับภูมิภาค

**ความท้าทาย:** ทีมการตลาด Adobe ระดับภูมิภาคสี่ทีมของเราซึ่งเป็นตัวแทนจากกว่า 50 ประเทศประสบปัญหาในการสร้างเนื้อหาที่เข้ากับวัฒนธรรมโดยใช้เนื้อหาภาษาอังกฤษที่แปลเป็นภาษาท้องถิ่นเป็นอย่างมากเพราะมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ วิธีการนี้ใช้เวลานานและไม่ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ

**โซลูชัน:** ความสามารถด้านภาษาที่หลากหลายของ GenStudio for Performance Marketing ช่วยให้ทีมระดับภูมิภาคสร้างแคมเปญของตนเองด้วยเนื้อหาที่แปลเป็นภาษาท้องถิ่นได้อย่างรวดเร็วและเป็นอิสระจากภาษาหลัก นอกจากนี้ ทีมงานต่างประเทศยังสามารถปรับแคมเปญทั่วโลกให้เข้ากับท้องถิ่นได้อย่างรวดเร็วเพื่อรองรับความแตกต่างทางวัฒนธรรมในขณะที่รักษามาตรฐานของแบรนด์ Generative AI ช่วยให้สามารถนำ asset กลับมาใช้ซ้ำและสร้างรูปแบบโฆษณาได้อย่างรวดเร็วสำหรับแต่ละภูมิภาค

**ผลลัพธ์:** สำหรับ Adobe การกระจายอำนาจในการสร้างเนื้อหาได้เพิ่มความคล่องตัวทางการตลาดในตลาดต่างประเทศ ทีมการตลาดในญี่ปุ่นของเรารู้สึกตื่นเต้นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการสร้างเนื้อหาในภาษาของตนเองเพื่อขยายการรองรับการทดสอบ เราได้แนะนำทีมงานให้รู้จักกับ GenStudio for Performance Marketing และภายในไม่กี่วัน ทีมนี้ได้สร้างและทดสอบหัวเรื่องใหม่ๆ สำหรับแคมเปญอีเมลของ Document Cloud ที่มีอยู่ การทดสอบนี้เพิ่มอัตราการคลิกผ่าน 10% ด้วยหัวเรื่องที่มีประสิทธิภาพสูงสุดและทีมวางแผนที่จะเพิ่มการทดสอบในการดำเนินงานด้านการตลาด ตอนนี้เรากำลังขยายขีดความสามารถนี้ไปยังทีมระดับภูมิภาคอื่นๆ ของเรา



**10%**  
อัตราการคลิกผ่าน  
อีเมลเพิ่มขึ้น

ทีมการตลาดของเราในญี่ปุ่นได้สร้างและทดสอบบรรทัดหัวเรื่องใหม่สำหรับแคมเปญอีเมลของ Document Cloud และเพิ่มอัตราการคลิกผ่าน 10% ด้วยบรรทัดหัวเรื่องที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

## 6. นำข้อมูลเชิงลึกมาปรับใช้ในกระบวนการงานครีเอทีฟ

**ความท้าทาย:** การวิเคราะห์การตลาดแบบเดิม มักใช้ข้อมูลที่คลุมเครือ ซึ่งทำให้ยากต่อการเชื่อมโยงเนื้อหากับเมตริกชี้วัดประสิทธิภาพ เราประสบปัญหาในการระบุองค์ประกอบของรูปภาพหรือข้อความโฆษณาของเรา เช่น สี รูปร่าง หัวข้อ คำสำคัญ หรือภาพลักษณ์ที่ตรงใจ กลุ่มเป้าหมาย เรามักจะอาศัยความรู้สึกของตัวเองแทนที่จะใช้ข้อมูล ซึ่งทำให้เราพลาดโอกาสในการปรับปรุงและยากที่จะบรรลุความสำเร็จอย่างสม่ำเสมอในโปรแกรมทางการตลาดต่างๆ

**โซลูชัน:** GenStudio for Performance


Marketing เปลี่ยนแนวทางของเราในการสร้างเนื้อหาโดยให้ความสำคัญกับข้อมูลเชิงลึกตั้งแต่เริ่มต้น แอปพลิเคชันจะนำ asset สำหรับการตลาดทั้งหมดที่เผยแพร่และดำเนินการผ่านบริการแยกคุณสมบัติด้วย AI โดยแยกคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องทั้งหมด เช่น สีพื้นหลังและพื้นหน้า อิม อีอบเจกต์ อารมณ์ ภาพลักษณ์ รูปแบบ และอื่นๆ จากนั้นคุณสมบัติเหล่านี้จะเชื่อมโยงกับข้อมูลประสิทธิภาพของแต่ละ asset และเมื่อนำมารวมกันแล้วจะช่วยตอบคำถาม เช่น “สีพื้นหลังใดที่นำไปสู่การมีส่วนร่วมสูงสุดสำหรับผลิตภัณฑ์หรือเซกเมนต์ลูกค้าในภูมิภาคหรือประเทศนี้”

**ผลลัพธ์:** การใช้แนวทางที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลได้เปลี่ยนกระบวนการของงานครีเอทีฟให้เป็นวงจรการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยมีข้อมูลเชิงลึกที่ให้ข้อมูลกลยุทธ์ในอนาคตและแคมเปญที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การใช้ข้อมูลเชิงลึกกับ assets บนเว็บไซต์ของเราแสดงให้เห็นว่าสีเฉพาะในหน้าเทมเพลต Adobe Express ของเราช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมด้วยการดาวน์โหลดเทมเพลต เมื่อรู้เช่นนี้แล้ว เราจึงเพิ่มจำนวนเทมเพลตด้วยสีนั้น ซึ่งเพิ่มการดาวน์โหลดขึ้น 35% การตัดสินใจเกี่ยวกับงานครีเอทีฟที่มีรากฐานมาจากหลักฐานเชิงประจักษ์ช่วยให้เราเป็นผู้นำในการทำตลาดเชิงนวัตกรรมโดยอิงจากข้อมูล

### โฆษณานี้ได้ผลดี แต่ทำไมไม่กันนะ

- พื้นหลังหลายสี
- คนอยู่ด้านขวา
- โลโก้อยู่ด้านข้างซ้าย
- ข้อความ
- ข้อความสีขาว
- Soft focus
- กล่าวถึงผลิตภัณฑ์
- แสดงถึง “ช่วงเวลาที่ยั่งยืน”

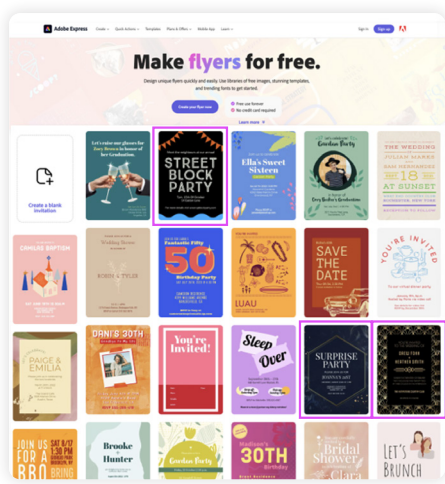
- บุคคล
- สีน้ำเงินเยอะมาก
- มมทำสี
- แมว
- ใบไม้
- ภาพแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัส
- มีคำว่า “เจ้านาย”
- แบบอักษรตัวหนา



บันทึกภาพสวยของคุณและเจ้านายที่รักด้วย Lightroom

**เวอร์ชันควบคุม**

เทมเพลตสีเข้มจำนวนน้อยกว่า

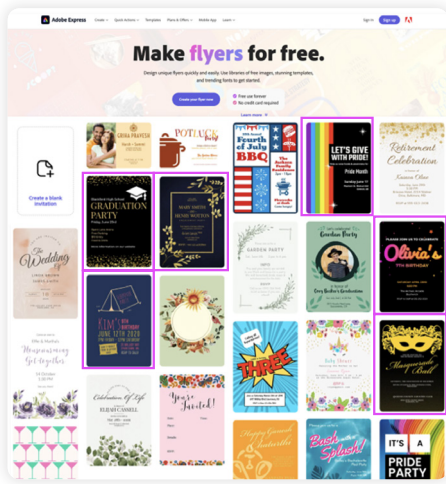


## การดาวน์โหลดเพิ่มขึ้น 35%

การใช้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสีเทมเพลตที่ได้รับความนิยมมากที่สุดส่งผลให้มีการดาวน์โหลดเพิ่มขึ้น 35%

**เวอร์ชันทดสอบ**

เทมเพลตสีเข้มจำนวนมากขึ้น



# การจัดการการเปลี่ยนแปลงและความพร้อมขององค์กร

การนำ Generative AI มาใช้ในการตลาดมีศักยภาพที่จะเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ แต่ผลลัพธ์จะลดลงอย่างมากหากเพียงแค่ปรับให้เข้ากับโครงสร้างและเวิร์กโฟลว์ปัจจุบันขององค์กรเท่านั้น เพื่อปลดล็อกศักยภาพเต็มรูปแบบของเทคโนโลยีนี้ องค์กรจะต้องทำการเปลี่ยนแปลงบุคลากร กระบวนการ และเทคโนโลยีขนานใหญ่

## การจัดการเปลี่ยนแปลง

กระบวนการในการทำให้บุคลากรและทีมงานในองค์กรทำงานร่วมกันในรูปแบบใหม่ เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงจะเป็นไปอย่างราบรื่นและมีการหยุดชะงักน้อยที่สุด

## 1. บุคลากร—พัฒนาบทบาท ชุดทักษะ และวัฒนธรรม

การจัดการการเปลี่ยนแปลงที่ประสบความสำเร็จควรเริ่มต้นจากบุคลากรภายในองค์กรเสมอ

### บทบาทใหม่

การผสมผสานระบบ Generative AI จำเป็นต้องมีการสร้างบทบาทใหม่ภายในองค์กรการตลาด แนวคิดหลักคือนักการตลาดประเภทใหม่ที่ใช้ Generative AI โดยผสมผสานทักษะทางการตลาดแบบเดิมเข้ากับความสามารถของ AI และความเข้าใจในศักยภาพและข้อจำกัดของ AI

ด้วยการส่งเสริมการเติบโตของนักการตลาดรุ่นใหม่เหล่านี้ บริษัทสามารถใช้ Generative AI ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพโดยผลักดันนวัตกรรมด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ไม่เคยมีมาก่อนในโครงการใหม่ๆ นอกจากนี้ บทบาทต่างๆ เช่น creative technologists, ผู้อำนวยการ, บรรณาธิการ และนักออกแบบที่รับผิดชอบการใช้ Generative AI โดยเฉพาะ จะกลายเป็นบุคลากรสำคัญในการรักษาความสมบูรณ์ของแบรนด์และการควบคุมคุณภาพ

### บทบาทและหน้าที่รับผิดชอบหลักในสภาพแวดล้อมที่ขับเคลื่อนด้วย Generative AI

**Performance marketers** จะต้องใช้แนวทางที่พัฒนาขึ้นในการสร้างเนื้อหาและการจัดการแคมเปญแทนที่จะทำตามบริฟและวงจรงานครีเอทีฟแบบเดิมที่มักใช้เวลาหลายสัปดาห์ แต่กลับใช้ Generative AI เพื่อสร้างแคมเปญที่มีประสิทธิภาพสูง

**Generative AI creative directors** กำหนดและรักษาแนวทางแนวทางประจำแบรนด์ที่ครอบคลุมโดยแสดงให้เห็น performance marketers เห็นวิธีการใช้แนวทางเหล่านี้ในการสร้างเนื้อหาด้วย AI เพื่อผลลัพธ์ทั้งหมดออกมาสอดคล้องกับแบรนด์

**Generative AI copy editors** ดูแลการตรวจทาน การแก้ไข การอนุมัติข้อความโฆษณาที่ใช้ AI สร้างขึ้น ทำงานอย่างใกล้ชิดกับผู้อำนวยการฝ่ายครีเอทีฟสำหรับ Generative AI เพื่อวางภาพลักษณ์ ช่องทาง และแนวทางอื่นๆ สำหรับแบรนด์

**Generative AI designers** ใช้เครื่องมือ AI เช่น [Adobe Firefly](#) และ [GenStudio for Performance Marketing](#) เพื่อนำเสนอภาพเนื้อหาอย่างต่อเนื่องโดยสร้างคลังรูปภาพที่ได้รับการอนุมัติล่วงหน้า รวมทั้งตรวจทานและอนุมัติ assets สำหรับชิ้นงานที่สร้างขึ้นโดยนักการตลาดเพื่อการควบคุมคุณภาพ

**Generative AI pilot leads** จะผลักดันการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จของโครงการ Generative AI ทั่วทั้งองค์กรการตลาดทั่วโลก และเป็นแนวทางในการปรับปรุงและการนำเทคโนโลยี Generative AI มาใช้อย่างต่อเนื่องโดยทำงานอย่างใกล้ชิดกับผู้บริหาร



Adobe GenStudio for Performance Marketing เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์มาก ๆ สำหรับฉัน เครื่องมือนี้ช่วยฉันสร้างเนื้อหาสำหรับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่เดียวกันก็ลดต้นทุนและเวลาในการพัฒนาได้อย่างมาก ฉันมีเวลาและความยืดหยุ่นมากขึ้นในการสร้างรูปแบบเนื้อหาเพื่อทำการทดสอบและได้รับข้อมูลเชิงลึกเร็วขึ้น ฉันตื่นเต้นที่จะได้เห็นว่า Generative AI ช่วยสร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคลได้มากขึ้นในทุกกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้ได้อย่างไร”

**Sushmitha Komar**

Senior Lifecycle Marketer ของ Adobe



## ทักษะใหม่ๆ

บทบาทใหม่เหล่านี้จะต้องใช้ทักษะใหม่ๆ ซึ่งอาจต้องมีโปรแกรมการฝึกอบรมเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดในการสร้างพรอมต์ การสร้างรูปภาพ การดำเนินการที่สอดคล้องกับแบรนด์ และหัวข้ออื่นๆ รวมถึงการจัดตั้ง centers of excellence ด้าน Generative AI ภายในองค์กร ในระหว่างดำเนินการ เราตระหนักว่านักการตลาดต้องได้รับการฝึกอบรมเพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีสร้างพรอมต์สำหรับเนื้อหาของแบรนด์ ดังนั้นทีม creative technology จึงพัฒนาคู่มือ Generative AI เพื่อช่วยนักการตลาดเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งาน GenStudio for Performance Marketing



## การทำงานร่วมกันและวัฒนธรรม

การผสมรวมระบบ Generative AI ต้องอาศัยการศึกษา การสนับสนุน และการทำงานอย่างใกล้ชิดระหว่างทีมการตลาดและทีมครีเอทีฟ การอธิบายถึงประโยชน์ของ Generative AI ในฐานะเครื่องมือเพิ่มประสิทธิภาพของงานครีเอทีฟ ลดงานซ้ำซาก และสร้างกระบวนการตรวจสอบและอนุมัติที่มีประสิทธิภาพด้วยวงจรข้อเสนอแนะแบบเปิดกว้างสามารถวางรากฐานสำหรับความร่วมมือนี้ได้ เนื่องจากทีมการตลาดมีอิสระในการควบคุมชิ้นงานของโปรเจกต์มากขึ้น ทีมแบรนด์จึงสามารถช่วยจัดการการปฏิบัติตามข้อกำหนดและรักษาแนวทางของแบรนด์เอาไว้เพื่อปรับปรุงการสร้างเนื้อหา ทีมเหล่านี้สามารถทำการปรับแต่งและแสดง ROI ก่อนการเปลี่ยนแปลงทั่วทั้งองค์กร การส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานร่วมกันช่วยผลักดันความสำเร็จ การนำ Generative AI มาใช้ และการตระหนักถึงคุณค่า

### แนวทางของแบรนด์

กฎที่ควบคุมและกำหนดรูปลักษณ์และความรู้สึกของแบรนด์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักได้ง่ายในหมู่ผู้บริโภคทั่วทั้งแพลตฟอร์ม ตัวอย่างเช่น แนวทางของแบรนด์จะเน้นรหัสสี โลโก้ แบบอักษรที่ได้รับการอนุมัติ สไตลิ่งการเขียนและน้ำเสียงที่ต้องการ และอื่นๆอีกมากมาย



## 2. กระบวนการ—ปรับโฉมเวิร์กโฟลว์

ด้วยการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่นี้ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะจะต้องตรวจสอบกระบวนการปัจจุบันและปรับโครงสร้างตามความจำเป็น

### สร้างแนวทางที่ชัดเจนสำหรับแบรนด์

เนื่องจากปริมาณและความเร็วในการสร้างเนื้อหาเพิ่มขึ้นอย่างทวีคูณ องค์กรจึงต้องแน่ใจว่าได้ปฏิบัติตามแนวทางของแบรนด์ แนวทางเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นกรอบงานที่ครอบคลุม เพื่อช่วยให้เนื้อหาที่สร้างขึ้นโดย AI สอดคล้องกับค่านิยมหลัก เสียง และอัตลักษณ์ด้านภาพลักษณ์ของแบรนด์ เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องให้ความรู้แก่ผู้นำแบรนด์เกี่ยวกับวิธีที่ Generative AI สามารถทำให้สอดคล้องกับแบรนด์ได้และความสำคัญของการตรวจทานและอัปเดตแนวทางอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้พัฒนาไปพร้อมกับแบรนด์และยังคงมีความเกี่ยวข้อง

### ปรับโฉมกระบวนการตรวจทานและอนุมัติ

ทีมครีเอทีฟจำเป็นต้องตรวจทานเนื้อหาที่นักการตลาดสร้างขึ้นด้วย Generative AI เพื่อตรวจสอบว่าเป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพสูงของแบรนด์ ข้อเสนอแนะนี้ช่วยปรับแต่งแนวทางของแบรนด์สำหรับเครื่องมือต่างๆ เช่น GenStudio for Performance Marketing ผู้เชี่ยวชาญด้านงานครีเอทีฟที่มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของแบรนด์และการสะท้อนทางอารมณ์นั้นเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการกำหนดทิศทางด้านงานครีเอทีฟ การบอกเล่าเรื่องราว และยกระดับเนื้อหาให้น่าสนใจมากขึ้นในด้านที่เป็นมนุษย์ สำหรับกระบวนการที่ทันสมัยนี้ นักการตลาดจะจัดการกับความต้องการด้านเนื้อหาของตนเอง ในขณะเดียวกันทีมครีเอทีฟก็มุ่งเน้นไปที่กลยุทธ์ระดับสูง นวัตกรรม และการคิดสรรเนื้อหาที่สร้างขึ้นโดย AI เพื่อมั่นใจได้ว่าจะเป็นไปตามมาตรฐานสูงสุดของความคิดสร้างสรรค์และประสิทธิภาพ



ด้วยการกำหนดแนวทางของแบรนด์และภาพลักษณ์ของเราอย่างชัดเจน เราสามารถสร้างเทมเพลตและปรับแต่งโมเดลภาษาขนาดใหญ่เพื่อช่วยให้ให้นักการตลาดสร้างเนื้อหาได้อย่างง่ายดายโดยใช้ Adobe GenStudio for Performance Marketing แนวทางเหล่านี้จะช่วยให้แน่ใจว่าเนื้อหาที่เหมาะสมกับแบรนด์และรักษาความสอดคล้องและความสมบูรณ์ของแบรนด์ในทุกช่องทางของเรา ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการอนุมัติโดยทีมแบรนด์ของเรา เราจึงสามารถเข้าสู่ตลาดได้เร็วขึ้น”

**Heather Freeland**

Chief Brand Officer ของ Adobe

ก่อนตรวจทาน

Adobe Illustrator

เปลี่ยนไอเดียให้เป็น  
กราฟิกที่แก้ไขได้

สำรวจฟีเจอร์ Text to Vector Graphic  
ของ Illustrator และเปลี่ยนข้อความ  
พร้อมดีให้เป็นกราฟิกที่น่าสนใจ

เริ่มต้นใช้งาน

หลังตรวจทาน

Adobe Illustrator

เปลี่ยนไอเดียให้เป็น  
กราฟิกที่แก้ไขได้

สำรวจฟีเจอร์ Text to Vector Graphic  
ใน Illustrator และเปลี่ยนข้อความ  
พร้อมดีให้เป็นกราฟิกที่น่าสนใจ

เริ่มต้นใช้งาน

## รับแรงสนับสนุนจากพาร์ทเนอร์เอเจนซี

ในสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมด้วย Generative AI องค์กรต่างๆ จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการตรวจทานและอนุมัติแบบเดิมเพื่อจัดการกับปริมาณเนื้อหาที่เพิ่มขึ้น เราเชื่อว่าทีมภายในของเราสามารถจัดการกับปริมาณเนื้อหาใหม่ที่เกิดขึ้นได้ แต่ตระหนักได้อย่างรวดเร็วว่าสิ่งนี้ทำให้เกิดปัญหาในเวิร์กโฟลว์ของเรา พาร์ทเนอร์เอเจนซีของเราพัฒนาวิธีใหม่ในการขยายการรองรับการสร้างเนื้อหา ซึ่งกลายเป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์ของเราที่ช่วยให้เราบรรลุเป้าหมาย ด้วยการทำงานร่วมกันนี้ บริษัททั้งหลายสามารถใช้ประโยชน์จากประสิทธิภาพการทำงานจากเครื่องมือ AI ได้อย่างเต็มที่และยังคงมีการดำเนินการด้านการตลาดแบบ agile และตอบสนองต่อความต้องการด้านเนื้อหาที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

## เพิ่มประสิทธิภาพการสร้างเนื้อหาด้วยการวิเคราะห์

เมื่อใช้ GenStudio Insights การวิเคราะห์ประสิทธิภาพเนื้อหาขั้นสูงแบบเรียลไทม์ช่วยให้นักการตลาดระบุจุดและวิธีการปรับปรุงได้อย่างชัดเจน การติดแท็กเนื้อหาที่ชาญฉลาดโดยอัตโนมัติสามารถเปิดเผยคุณลักษณะการส่งข้อความเฉพาะที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด รายละเอียดเหล่านี้ช่วยให้สามารถตัดสินใจได้อย่างละเอียด ซึ่งจะสร้างวงจรขึ้นงานที่ข้อมูลประสิทธิภาพจะกำหนดกลยุทธ์เนื้อหาในอนาคตโดยตรงเพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมและ conversion ด้วยการรวมข้อมูลนี้ไว้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับชิ้นงาน ทีมการตลาดสามารถสร้างกระบวนการที่ปรับปรุงประสิทธิภาพของเนื้อหาได้อย่างต่อเนื่อง บริษัทควรนำข้อมูลเชิงลึกเหล่านี้มาปรับใช้ในกระบวนการออกไอเดียสำหรับแต่ละแคมเปญใหม่ โดยใช้ประโยชน์จากความสามารถใหม่เหล่านี้อย่างเต็มที่

## 3. เทคโนโลยี—ชุดเครื่องมือแบบครบวงจรสำหรับการนำ Generative AI มาใช้งาน

การนำ Generative AI มาใช้ด้วยความระมัดระวังและมีกลยุทธ์ช่วยให้มั่นใจได้ว่าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการที่วางไว้แทนที่จะทำให้หยุดชะงัก และรักษาความสม่ำเสมอในการดำเนินงานด้านการตลาด

### การผสมการทำงานกับชุดเครื่องมือด้าน martech ที่มีอยู่

Adobe ก็เป็นเช่นเดียวกับองค์กรอื่นๆ มีเครื่องมือครบครันเพื่อสนับสนุนวงจรการสร้างเนื้อหา เครื่องมือ Generative AI ใดๆ ที่เพิ่มลงในชุดเครื่องมือด้าน martech ควรผสมผสานรวมกับเครื่องมือและเวิร์กโฟลว์ที่มีอยู่เพื่อให้เกิดประโยชน์มากขึ้น ตัวอย่างเช่น GenStudio for Performance Marketing ช่วยให้เราสามารถนำเนื้อหาที่ได้รับการอนุมัติลงหน้าและสอดคล้องกับแบรนด์โดยตรงจาก [Adobe Experience Manager Assets](#) เพื่อเป็นพื้นฐานในการสร้างรูปแบบเพิ่มเติมได้อย่างง่ายดาย เรายังสามารถใช้ประโยชน์จากเวิร์กโฟลว์การตรวจทานที่มีอยู่จาก [Adobe Workfront](#) ภายใน GenStudio for Performance Marketing เพื่อให้มีการเชื่อมต่อกลับไปยังแคมเปญขององค์กรและปรับปรุงการตรวจทานและการอนุมัติ

### ความปลอดภัย การปฏิบัติตามกฎระเบียบ และจริยธรรมของ Generative AI

การใช้แพลตฟอร์มที่ขับเคลื่อนด้วย AI ที่ปลอดภัยในเชิงพาณิชย์ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบถึงจริยธรรมและความรับผิดชอบ ความเป็นส่วนตัวของข้อมูล การปฏิบัติตามกฎระเบียบ และมาตรการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด แนวทางของเราในการสร้างสรรค์นวัตกรรมด้าน AI อย่างมีความรับผิดชอบภายในแอปพลิเคชันการสร้างเนื้อหาจะให้กรอบงานในการจัดการกับข้อกังวลเหล่านี้

- **ความเป็นส่วนตัวและการกำกับดูแลข้อมูล**—จะควบคุมให้เครื่องมือ Generative AI เป็นไปตามมาตรฐานการปกป้องข้อมูลที่เข้มงวด อันประกอบด้วยนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการใช้และจัดเก็บข้อมูลรวมถึงการเอาใจใส่ในการใช้ข้อมูลของลูกค้าเป็นพิเศษสำหรับเนื้อหาและพารามิเตอร์
- **ความเป็นธรรมและการไม่แบ่งแยก**—ประเมินโมเดล AI สำหรับอคติที่อาจเกิดขึ้นในการสร้างภาพเนื้อหาและทำให้แน่ใจได้ว่าสร้างผลลัพธ์ที่เท่าเทียมสำหรับกลุ่มผู้ใช้ที่หลากหลาย
- **ความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย**—สร้างโปรโตคอลการทดสอบที่เข้มงวดเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือและความปลอดภัยของเนื้อหาที่สร้างโดย AI ก่อนที่จะ deploy
- **ความปลอดภัยและอคติที่เป็นอันตราย**—พัฒนาโมเดล Generative AI ที่ส่งเสริมความหลากหลาย ความเสมอภาค และการนำเสนอข้อความโฆษณาทางการตลาด รวมทั้งปฏิบัติตามนโยบายไม่ยอมรับเนื้อหาที่เป็นอันตรายหรือมีอคติโดยใช้มาตรการป้องกันและตัวกรอง
- **การควบคุมโดยมนุษย์**—สร้างกระบวนการตรวจสอบและอนุมัติแบบครบวงจรที่มนุษย์ยังคงมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่สำคัญ โดยใช้ AI เป็นเครื่องมือเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ไม่ได้เข้ามาแทนที่วิจารณญาณของมนุษย์

สำหรับการปฏิบัติตามหลักการเหล่านี้ องค์กรสามารถใช้ประโยชน์จากความสามารถของ Generative AI ในขณะที่รักษามาตรฐานทางจริยธรรมและการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านกฎระเบียบ ลดความเสี่ยง และสร้างความไว้วางใจกับลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

## ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญสามประการสำหรับการนำ AI มาใช้งาน

“ในขณะที่เทคโนโลยี Generative AI ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว Adobe ตระหนักดีว่าโลกของการตลาดก็จะเปลี่ยนแปลงไปเพื่อใช้ประโยชน์จากโอกาสใหม่ๆ แต่การนำเทคโนโลยีมาใช้ในรูปแบบที่แตกต่างกันสำหรับทีมต่างๆ เพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอที่จะบรรลุผลสำเร็จ เราจำเป็นต้องให้ทีมครีเอทีฟ การตลาด และวิศวกรของเราเข้าใจตรงกันว่า GenStudio for Performance Marketing สามารถทำอะไรได้บ้าง การทำให้ทุกคนมีความเห็นตรงกันในเชิงกลยุทธ์นี้นำไปสู่ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วและบรรลุผลลัพธ์ที่ดี”

**Patrick Brown**

Vice President, Growth Marketing and Insights ของ Adobe

# 1 เริ่มจากการจัดแนวทางและการสนับสนุนจากผู้บริหาร

ความสำเร็จของการนำ Generative AI มาใช้ขึ้นอยู่กับการจัดแนวทางและการสนับสนุนอย่างแข็งขันจากผู้บริหาร ผู้บริหารต้องตระหนักว่าหน้าที่ของตนมีมากกว่าการจัดสรรทรัพยากร และต้องสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมที่จำเป็นอย่างแข็งขันสำหรับการนำไปใช้อย่างประสบความสำเร็จโดยแสดงวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนว่า Generative AI จะเปลี่ยนการดำเนินงานด้านการตลาดได้อย่างไร ส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่ยอมรับนวัตกรรมและอดทนต่อเวลาที่ใช้ในการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ

## การส่งข้อความเกี่ยวกับการจัดการการเปลี่ยนแปลง

- มีความโปร่งใสเกี่ยวกับเป้าหมายและข้อจำกัดในภาพรวม
- เน้นย้ำถึงความสำคัญในความสำเร็จของแบรนด์ผ่านการเปลี่ยนแปลงนี้
- จัดการกับข้อกังวล ทำทลายความคิดแบบเดิม และสร้างแรงบันดาลใจให้ทีมยอมรับยุคใหม่ของการตลาดนี้

# 2 เตรียมทั้งองค์กรใหม่พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง Generative AI

Generative AI ควรนำมาใช้อย่างค่อยเป็นค่อยไป ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ทั่วทั้งองค์กร ก่อนอื่นตรวจสอบว่ามีบทบาทที่เหมาะสมเพื่อสนับสนุนการนำ Generative AI มาใช้งาน ซึ่งรวมถึงการกำหนดความรับผิดชอบของตำแหน่งใหม่ๆ อย่างชัดเจนและทำงานร่วมกับบทบาทปัจจุบันอย่างไร

พัฒนาและใช้กระบวนการใหม่ๆ ที่รองรับความเร็วและปริมาณของเนื้อหา Generative AI ปรับปรุงกระบวนการตรวจสอบและอนุมัติ รวมทั้งกำหนดแนวทางที่ชัดเจนของแบรนด์สำหรับการใช้ AI สุดท้าย ผสานรวมระบบเครื่องมือ Generative AI เข้ากับชุดเครื่องมือด้านเทคโนโลยีการตลาดและเวิร์กโฟลว์ content supply chain ที่มีอยู่อย่างไร้รอยต่อเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานในปัจจุบันโดยหยุดชะงักน้อยที่สุด

# 3 เริ่มด้วยความพยายามเล็กๆ น้อยๆ แล้วค่อยขยาย

หากต้องการเปลี่ยนทั้งองค์กรไปสู่วิธีการดำเนินงานแบบใหม่ ให้เริ่มจากจุดเล็กๆ เลือกผู้นำด้าน Generative AI เพื่อนำพาองค์กรไปสู่การเปลี่ยนแปลง จากนั้นรวมทีม #performance marketers# ที่มีความทุ่มเทซึ่งช่วยบรรลุผลลัพธ์ที่ยอดเยี่ยมอย่างสม่ำเสมอ ให้นักเขียนข้อความโฆษณาและนักออกแบบมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ของแบรนด์ให้เป็นแนวทาง Generative AI รวมทั้งตรวจสอบและอนุมัติเนื้อหาที่นักการตลาดสร้างขึ้น วิธีนี้ช่วยให้สามารถทำซ้ำและปรับแต่งกระบวนการได้อย่างรวดเร็วในสภาพแวดล้อมที่มีการควบคุม ในขณะที่จับตาดูการควบคุมคุณภาพและความสมบูรณ์ของแบรนด์ไปพร้อมๆ กัน

คอยติดตาม KPI ได้แก่ ประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้น คุณภาพเนื้อหา และพลวัตของทีมในขณะที่พัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมเพื่อขยายการรองรับโครงการใหม่ๆ นอกเหนือจากทีมนำร่องนี้ แม้ว่าในตอนแรกคุณอาจสังเกตเห็นการลดลงของคุณภาพของเนื้อหาที่ส่งไปตรวจสอบ แต่การฝึกอบรมนักการตลาดให้กลายเป็นผู้เชี่ยวชาญการเขียนพร้อม

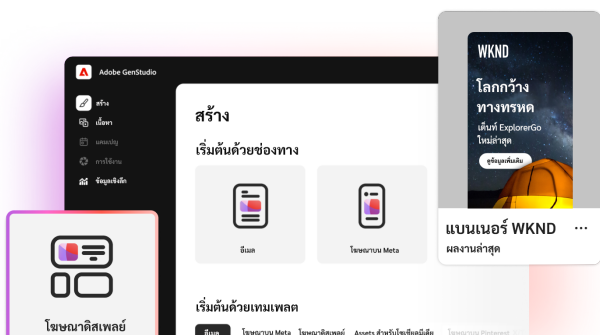
จะนำไปสู่คุณภาพที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ใช้ทีมทดสอบการตลาดชุดแรกของคุณเป็นที่ปรึกษาเพื่อสอนทักษะเหล่านี้ให้กับกลุ่มถัดไป แนวทางการวัดผลนี้จะรักษามาตรฐานด้านคุณภาพ ช่วยให้การเปลี่ยนผ่านเป็นไปอย่างราบรื่น และเพิ่มผลลัพธ์ในระยะยาวของเทคโนโลยีพลิกโฉมการทำงานนี้

การเปลี่ยนแปลงย่อมมาพร้อมกับความท้าทาย เรียนรู้จากความท้าทายเหล่านั้นเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมที่กล้าจะรับมือกับความเสี่ยงอย่างชาญฉลาด แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อผลักดันการเปลี่ยนแปลง การสร้างค่านิยมเหล่านี้จะปลูกฝังองค์กรแบบ agile เพื่อเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

## ถึงตาคุณเริ่มต้นเส้นทางไปพร้อมกับ GenStudio for Performance Marketing

แม้ว่าประสบการณ์ของเราเกี่ยวกับ Generative AI จะสร้างความเปลี่ยนแปลงได้มหาศาล แต่ก็ไม่สามารถแก้ไขปัญหาด้านการตลาดได้ทั้งหมด เส้นทาง Generative AI ของเรายังพัฒนาไปไม่หยุดยั้งและเราจะยังคงดำเนินการปรับปรุงความสอดคล้องของผลลัพธ์ในช่องทางต่างๆ และ use cases เรายังมองหาวิธีที่จะปรับปรุงความสามารถของเทคโนโลยีในการเข้าใจภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่แตกต่างกันและการถ่ายทอดเรื่องราวที่ซับซ้อนของผลิตภัณฑ์

เราไม่ได้มีคำตอบสำหรับทุกปัญหา แต่เราเชื่อว่าการแบ่งปันประสบการณ์และข้อมูลเชิงลึกจะช่วยให้เราช่วยกันสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เพื่อช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมการตลาดได้ โดยการให้ความกระจ่างเกี่ยวกับความสำเร็จ ความท้าทาย และคำถามที่ต่อเนื่องของเรา เราหวังว่าจะส่งเสริมการสนทนาในระดับชุมชนที่จะกำหนดอนาคตของการตลาด เราขอเชิญองค์กร ผู้นำทางความคิด และผู้ปฏิบัติงานต่างๆ มาร่วมสร้างอนาคตไปกับเรา



ค้นหาคำตอบว่า GenStudio for Performance Marketing ช่วยคุณสร้างเนื้อหาแคมเปญแบบไดนามิกในจำนวนมหาศาล และทำให้ทีมการตลาดดำเนินงานได้อย่างรวดเร็วและ agile ได้อย่างไร

เริ่มต้น

Adobe

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

ที่มา

“Digital Trends ประจำปี 2566,”  
Adobe x Econsultancy, 2024.