

Customer data platform (CDP) โปรแกรมที่คนทำธุรกิจไม่ควรพลาด

นำเสนอเมื่อ : 21 มี.ค. 2566

CDP หรือ Customer data platform คือโปรแกรมที่คอยจัดเก็บข้อมูลของลูกค้าและรวมเข้าด้วยกันเป็นโปรไฟล์ให้คุณสามารถนำข้อมูลนี้ไปต่อยอดด้าน Digital Marketing

Customer data platform (CDP) โปรแกรมที่คนทำธุรกิจไม่ควรพลาด



สิ่งที่สำคัญอย่างมากสำหรับคนทำธุรกิจ เจ้าของกิจการก็คือ “ลูกค้า”
ยังมีจำนวนลูกค้ามากก็จะทำให้คุณสามารถวางใจได้ ว่าธุรกิจของคุณกำลังดำเนินการไปได้สวย
และสิ่งที่จะทำให้คุณที่เป็นเจ้าของกิจการได้พัฒนาสินค้าหรือบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากที่สุดคือการมีข้อมูลของลูกค้านั่นเอง

ในปัจจุบันมีเครื่องมือที่ช่วยให้คุณที่เป็นเจ้าของกิจการสามารถรวบรวมข้อมูลของลูกค้าได้อย่างเป็นระบบ และให้คุณสามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ประโยชน์ในด้าน Digital Marketing หรือการตลาดออนไลน์ต่อไป แต่เครื่องมือที่เหมาะสมกับการเก็บข้อมูลลูกค้าและนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างครอบคลุมที่สุด คือ CDP หรือ Customer data platform นั่นเอง

CDP หรือ Customer data platform คืออะไร สามารถช่วยในการดำเนินธุรกิจของคุณอย่างไรบ้าง สำคัญกับการทำธุรกิจแค่ไหน มาดูคำตอบกันต่อในหัวข้อด้านล่างได้เลย

Customer Data Platform (CDP) คืออะไร

CDP หรือ Customer data platform คือ โปรแกรมที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของลูกค้าที่ได้มาจากหลาย ๆ ช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นจากการที่ลูกค้าสั่งซื้อสินค้าและบริการจากแพลตฟอร์มต่าง ๆ การเสิร์ชหาข้อมูลสินค้าและบริการ ข้อมูลการคลิกเข้าชมเว็บไซต์ การมีส่วนร่วมระหว่างแบรนด์กับลูกค้าผ่านโซเชียลมีเดียต่าง ๆ และช่องทางอื่น ๆ อีกมากมายมารวบรวมไว้และสร้างโปรไฟล์เป็นของลูกค้าคนหนึ่ง

ข้อมูลที่ CDP รวบรวมไว้นั้นจะสามารถนำไปต่อยอดในเรื่อง Digital Marketing และประโยชน์ในด้านอื่น ๆ ได้มากมาย

ทั้งนี้เพื่อให้คุณที่เป็นเจ้าของกิจการสามารถวิเคราะห์ตลาดได้ง่ายและให้ผลลัพธ์ที่ดีกว่าการนั่งวิเคราะห์ตลาดด้วยกระดาษ

หากจะเจาะจงให้มากยิ่งขึ้น การเก็บข้อมูลของโปรแกรม Customer data platform หรือ CDP นั้นจะมีเก็บรวบรวมข้อมูลได้ 3 ช่องทางสำคัญ ดังนี้

- **First-Party Data:** เป็นข้อมูลที่ธุรกิจของคุณเป็นคนจัดเก็บเอง เช่น จากการที่ให้ลูกค้ากรอกข้อมูลสมัครสมาชิก ข้อมูลในการทำแบบสอบถาม เป็นต้น ข้อมูลในกลุ่มนี้มักเป็นข้อมูลที่มีตัวตนจริง ๆ มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำข้อมูลไปใช้งานได้เลย แต่อาจขาดในเรื่องความหลากหลายของข้อมูล
- **Second-Party Data:** เป็นข้อมูลที่ธุรกิจอื่น ๆ เป็นผู้รวบรวม ปกติแล้วแทบจะทุกแบรนด์ ทุกธุรกิจจะมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าที่เป็น First-Party Data เอาไว้อยู่แล้ว และข้อมูลเหล่านี้จะมีการนำมาแลกเปลี่ยนหรือซื้อขายกันในรูปแบบ Business Partner ทำให้คุณที่เป็นเจ้าของกิจการมีข้อมูลของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายยิ่งขึ้น
- **Third-Party Data:** เป็นข้อมูลที่ถูกรวบรวมและประมวลผลมาจากหลาย ๆ ช่องทางจากธุรกิจประเภท Data Providers หรือการให้บริการด้านข้อมูลมาจัดเก็บไว้ใน Platform ต่าง ๆ ที่เป็นฐานข้อมูลขนาดใหญ่ โดยข้อมูลจาก Third-Party Data นี้มักเป็นข้อมูล Anonymous หรือข้อมูลที่ไม่ระบุตัวตน และเป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากหลาย ๆ แหล่งรวมกัน จึงอาจนำไปใช้องอิงและวิเคราะห์ตลาดได้ไม่ค่อยมีประสิทธิภาพมากนัก

CDP

นั่นเป็นแพลตฟอร์มที่เพิ่งมาใหม่ในช่วงไม่กี่ปีมานี้โดยมีแนวคิดมาจากความต้องการในการบริหารจัดการข้อมูลของลูกค้าโดยนักการตลาด (Marketing Managed)

และเพื่อให้สามารถมองเห็นพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำเพื่อให้การนำข้อมูลมาใช้ในการตลาดเต็มไปดวยประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

โดยแพลตฟอร์ม CDP นั้นมีจุดเด่นในเรื่องการรวบรวมและเลือกข้อมูลจากทุก ๆ แหล่งที่มาไว้ภายในที่เดียว ในขณะที่เดียวกัน CDP

ก็เพิ่มคุณภาพของข้อมูลเพื่อให้สามารถนำไปวิเคราะห์การตลาดและหยิบไปใช้ได้โดยง่าย

ระหว่าง CDP vs DMP vs CRM ต่างกันยังไง



ในยุคนี้ข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญมาก ๆ ในการทำธุรกิจ ดังนั้นจึงได้มีโปรแกรมและซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ที่จะมาเป็นเครื่องมือในการช่วยจัดเก็บข้อมูลที่มีค่าเหล่านี้ไว้อย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็น Customer data platform (CDP), Data Management Platform (DMP) และ Customer Relationship Management (CRM)

ทั้ง 3 โปรแกรมที่กล่าวไปนั้นเป็นโปรแกรมที่ใช้เก็บและรวบรวมข้อมูลเช่นกัน แต่มีลักษณะการทำงานและจุดประสงค์ในการใช้งานที่แตกต่างกันออกไป

- Customer data platform (CDP)

CDP เป็นซอฟต์แวร์ที่ใช้เก็บข้อมูลลูกค้าและรวบรวมให้เป็นโปรไฟล์หนึ่ง โดยการเก็บข้อมูลของ CDP จะสามารถเก็บข้อมูลได้ทั้งข้อมูลส่วนบุคคล การทำธุรกรรม พฤติกรรมการเข้าชมหรือความสนใจในสินค้าและบริการ

วิธีการรวบรวมข้อมูลของ CDP นั้นจะเป็นการเก็บข้อมูลเฉพาะบุคคลที่ระบุตัวตนชัดเจนโดยตรง และยังสามารถเก็บข้อมูลในระยะยาวเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและมีความแม่นยำ

- Data Management Platform (DMP)

DMP เป็นซอฟต์แวร์ที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งที่ไม่ได้มาจากบุคคลโดยตรง แต่เป็นแหล่งข้อมูลที่ผ่านมาอีกทีหนึ่ง และข้อมูลที่ DMP จะสามารถไปรวบรวมได้มักเป็นข้อมูลที่มาจากแหล่งที่ไม่มีการระบุตัวตนอย่างเช่น Cookie หรือ IP

อีกทั้งการเก็บข้อมูลของ DMP จะทำได้เพียงการเก็บข้อมูลระยะสั้น ๆ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการกำหนดโฆษณา

เป้าหมายในการรวบรวมข้อมูลของโปรแกรม DMP นี้เพื่อใช้ในการกำหนดการโฆษณาธุรกิจของคุณให้ตรงกับเป้าหมายมากขึ้น และเป็นการเพิ่มยอดผู้ชมให้กับธุรกิจของคุณ

• Customer Relationship Management (CRM)

CRM

เป็นระบบที่ช่วยให้สามารถจดจำรายละเอียดของลูกค้าแต่ละคนเพื่อให้คุณสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละคนได้อย่างตรงเป้าหมาย

เพื่อเป็นการเปลี่ยนลูกค้าขาจรให้กลายเป็นลูกค้าประจำและมีความเป็น Loyalty หรือมีความภักดีต่อธุรกิจของคุณ

CRM เป็นเครื่องมือที่มีความคล้ายคลึงกับ CDP และทั้งสองระบบนี้ยังให้ความเชื่อมโยงกันและกันอีกด้วย โดย CRM บางตัวก็จะมี CDP

มาเป็นส่วนหนึ่งของระบบเพื่อช่วยให้การเก็บข้อมูลลูกค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น

แต่ระบบ CRM จะมุ่งเน้นไปในด้านการทำการตลาด เช่น การทำแคมเปญตลาด การแบ่งระดับสมาชิก ให้สิทธิพิเศษแก่ลูกค้า ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้ามีความสนใจในแบรนด์และมีการซื้อขายสินค้าและบริการสำเร็จ

Customer Data Platform (CDP) สามารถจัดเก็บข้อมูลประเภทใดบ้าง

Customer Data Platform (CDP) เป็นเครื่องมือที่สามารถใช้รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าได้จากหลายช่องทาง และนำไปวิเคราะห์แผนการตลาดและอื่น ๆ ได้อย่างแม่นยำ โดยข้อมูลที่ CDP สามารถจัดเก็บได้มีดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

อันดับแรก CDP สามารถจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคลที่เป็นข้อมูลเฉพาะของลูกค้าได้ โดยโปรแกรม CDP จะนำข้อมูลเหล่านี้มารวบรวมและสร้างเป็นโปรไฟล์ของแต่ละคนเลย เช่น

- ชื่อ นามสกุล
- อายุ
- เพศ
- ช่องทางติดต่อ เช่น เบอร์โทรศัพท์ อีเมล โซเชียลมีเดียต่าง ๆ
- ตำแหน่งหน้าที่การงาน สถานที่ทำงาน
- ที่อยู่อาศัย

ข้อมูลส่วนบุคคลตรงนี้ CDP อาจได้มาจาก First-Party Data

ที่ธุรกิจของคุณเป็นผู้ดำเนินการเก็บข้อมูลเองหรืออาจมาจาก Second-Party Data ที่เป็นข้อมูลของลูกค้าจากแบรนด์อื่น ๆ ก็ได้

โดยข้อมูลเหล่านี้จะทำให้คุณที่เป็นเจ้าของกิจการสามารถจัดกลุ่มลูกค้าได้ง่าย เพราะช่วงกลุ่มลูกค้ามีความสำคัญต่อการขายสินค้าและบริการอย่างมาก

2. ข้อมูลพฤติกรรมการใช้งานทั้งบนเว็บไซต์และมือถือ

CDP ยังสามารถเก็บข้อมูลในส่วนของพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้า

ทั้งนี้เพื่อให้คุณสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจของคุณ โดยลักษณะพฤติกรรมที่ CDP จะจัดเก็บได้มีตั้งแต่

- การเข้าเยี่ยมชมเว็บไซต์ การคลิกลิงค์สินค้าและบริการ การคลิกลิงค์ผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ หรือการมีส่วนร่วมของลูกค้าทางโซเชียลมีเดีย
- สามารถเก็บข้อมูลการรูดสินค้าและบริการเข้าตะกร้า การสั่งซื้อสินค้าและบริการ คำสั่งซื้อสำเร็จ รวมถึงวันที่มีการสั่งซื้อด้วย
- ข้อมูลการเปิดอ่านอีเมลของลูกค้า การคลิกเข้าเว็บไซต์ผ่านอีเมล รวมถึงการการโต้ตอบระหว่างลูกค้ากับธุรกิจของคุณผ่านทางอีเมล
- ข้อมูลการสอบถามผ่านทางโทรศัพท์
- สามารถเก็บข้อมูลเวลาที่ใช้ในการดูสินค้าและบริการ

3. ข้อมูลธุรกรรม

CDP จะจัดเก็บข้อมูลธุรกรรมของลูกค้าจากระบบซื้อขายแบบ E-Commerce โดย CDP จะไม่จัดเก็บเฉพาะข้อมูลของสินค้าที่มีการซื้อขายสำเร็จเท่านั้น แต่จะมีการจัดเก็บข้อมูลทั้งหมด เช่น คำสั่งซื้อสำเร็จ วันที่กดสั่งซื้อ มูลค่าการสั่งซื้อสินค้าและบริการในแต่ละครั้ง ประวัติการสั่งซื้อสินค้าซ้ำ หรือแม้แต่สินค้าที่ไม่สนใจ เพราะข้อมูลเหล่านี้มีประโยชน์ในการทำตลาดอย่างมาก

4. ข้อมูลสินค้าและบริการ

ในส่วนนี้อาจไม่ได้เกี่ยวข้องกับตัวบุคคลมากนัก แต่ก็เป็นส่วนที่สำคัญที่ CDP สามารถเก็บข้อมูลได้เช่นกัน โดยส่วนนี้จะเป็นการเก็บข้อมูลด้านราคา จำนวนสินค้าที่เหลือในคลังสินค้า (Stock) ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงการเสียโอกาสทางการขาย

ตรงนี้ขอยกตัวอย่างเช่น หากมีการยิงแอดหรือโฆษณาสินค้า A ให้ลูกค้าเห็น และลูกค้าเกิดสนใจสินค้า A นี้ขึ้นมาแต่สินค้า A กลับหมดสต็อกไปแล้ว ทำให้คุณเสียโอกาสในการขายไปเลย ในส่วนนี้ CDP จะเป็นตัวช่วยไม่ให้เกิดเหตุการณ์เหล่านั้นนั่นเอง

ความสำคัญของ Customer Data Platform ที่มีผลต่อธุรกิจ



Customer data platform หรือ CDP มีความสำคัญต่อธุรกิจของคุณอย่างไรบ้าง ?
มาดูถึงความสำคัญและประโยชน์ของ CDP กันเลย

- **CDP จัดการข้อมูลของลูกค้าอย่างเป็นระเบียบ**

แต่ก่อนหลาย ๆ

ธุรกิจก็มักจะประสบปัญหาข้อมูลของลูกค้าที่มากและกระจัดกระจายจนไม่สามารถหยิบยกข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ CDP

จะเข้ามาช่วยให้ข้อมูลของลูกค้าเป็นระเบียบมากขึ้นโดยการรวบรวมข้อมูลของลูกค้าคน ๆ

หนึ่งมาเป็นลักษณะโปรไฟล์เดียว ทำให้สามารถนำข้อมูลตรงนี้มาวิเคราะห์และทำการตลาดต่อไป

- **CDP วิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้าได้ดีกว่า**

การรวบรวมข้อมูลของลูกค้าด้วยตัวเองว่ายากแล้ว

การวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดจากข้อมูลที่มีเป็นเรื่องที่ยากกว่ามาก

การคาดคะเนตลาดด้วยตนเองอาจนำมาสู่ผลลัพธ์ที่ไม่น่าพึงพอใจ

แต่ CDP นั้นจะช่วยให้การวิเคราะห์ข้อมูลการตลาดนั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะระบบ

CDP นั้นจะรวบรวมข้อมูลลูกค้าตั้งแต่ต้นจนจบ นำข้อมูลนี้มาใช้ในการวิเคราะห์การตลาดและแสดงผลลัพธ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ทำให้มีโอกาสที่ลูกค้าจะกลับมาใช้บริการหรือซื้อสินค้าซ้ำได้มากขึ้น

- **CDP เพิ่มความสามารถในการสร้างรายได้ที่มีประสิทธิภาพ**

เมื่อมีระบบ CDP ที่ช่วยทั้งการรวบรวมข้อมูลลูกค้า การจัดกลุ่มลูกค้า รวมไปถึงการวิเคราะห์การตลาดก็ทำให้สามารถประหยัดทั้งเวลาและ cost ที่อาจต้องเสียไปจากการนั่งรวบรวม จัดเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์การตลาดด้วยตนเอง อีกทั้งยังทำให้หยิบจับข้อมูลเหล่านี้ไปใช้เพิ่มความสามารถในการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจของคุณมากขึ้น

- **CDP มีการป้องกันข้อมูลและความเป็นส่วนตัวที่ดี**

เพราะระบบ CDP จะรวบรวมข้อมูลที่เป็นบุคคลจริงและยังสามารถระบุตัวตนได้อีกทั้งยังมีในเรื่องของกฎหมายคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้อื่นหรือ PDPA ดังนั้นจึงต้องมีระบบป้องกันข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าเพื่อให้นำข้อมูลไปใช้ได้โดยที่ไม่เสี่ยงต่อการโดนโจรกรรมข้อมูล และอีกทั้งยังสามารถตรวจสอบได้ง่ายหากมีการร้องเรียนในเรื่องข้อมูลหลุดอีกด้วย

สรุปเกี่ยวกับ CDP

CDP หรือ Customer data platform เป็นโปรแกรมแพลตฟอร์มที่ช่วยในการรวบรวมข้อมูลของลูกค้าจากหลาย ๆ แห่งมาจัดเก็บไว้เป็นโปรไฟล์ของลูกค้าแต่ละคน ทั้งนี้เพื่อให้สามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ได้โดยสะดวกและง่ายยิ่งขึ้น

เพราะข้อมูลนับเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการทำตลาด ทำให้ CDP จึงเข้ามามีบทบาทในเรื่องการรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์การตลาดเพื่อให้นำไปใช้ประโยชน์ต่อธุรกิจของคุณได้อย่างมีประสิทธิภาพ