

หมดยุค Personalization แล้วจริงหรือ? เมื่อทำการตลาดเดิมไม่ได้ผล ทำไม “Contextual Collaboration” คืออนาคตใหม่ที่แบรนด์ต้องปรับตัว

ในโลกการตลาดดิจิทัลตลอดทศวรรษที่ผ่านมา คำว่า “Personalization” หรือการทำคอนเทนต์ให้ตอบโจทย์รายบุคคล คือ “จอกศักดิ์สิทธิ์” ที่ทุกแบรนด์วิ่งเข้าหา เราพยายามเก็บข้อมูลทุกอย่าง ตั้งแต่คลิกแรกจนถึงการซื้อครั้งสุดท้าย เพื่อสร้างโปรไฟล์ที่แม่นยำที่สุด แต่ในวันนี้ เมื่อเทคโนโลยี AI ก้าวข้ามขีดจำกัดเดิม สิ่งที่เราเคยเรียกว่าความล้ำสมัยกำลังกลายเป็นเรื่องล้าสมัย โลกกำลังเปลี่ยนผ่านจากระบบที่ “คาดเดาจากอดีต” (Personalization) ไปสู่ระบบที่ “ร่วมมือกับผู้ใช้ในปัจจุบัน” (Contextual Collaboration) บทความนี้จะเจาะลึกว่า ทำไมแคมเปญการตลาดแบบเดิมๆ กำลังหายไป และทำไมระบบที่ตอบสนองตาม “บริบท” (Context) จึงกลายเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างคุณค่าในยุคถัดไป

จุดเริ่มต้นของจุดจบ เมื่อ “แคมเปญ” แพ้ให้กับ “การตัดสินใจต่อเนื่อง” ในอดีตนักการตลาดทำงานผ่าน Prebuilt Campaigns หรือการวางโครงสร้างล่วงหน้า เรากำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Segmentation) วางเส้นทางลูกค้า (Customer Journey) และตั้งสมมติฐานว่า “ถ้าลูกค้าทำ A เราจะส่ง B ไปให้” แต่ความเป็นจริง พฤติกรรมมนุษย์ไม่ได้เป็นเส้นตรงแบบนั้น ระบบการตลาดแบบเดิมมักจะตามหลัง ผู้ใช้ยก้าวหนึ่งเสมอ เช่น คุณเพิ่งซื้อตู้เย็นเสร็จ แต่โฆษณาตู้เย็นยังตามหลอนคุณไปอีกสองสัปดาห์ นั่นคือความล้มเหลวของ Personalization ที่ยึดติดกับข้อมูลในอดีต (Retrospective) Contextual Collaboration เข้ามาเปลี่ยนเกมนี้ โดยเปลี่ยนจากโครงสร้างที่แข็งทื่อ (Structured Interfaces) ไปสู่ระบบที่ตีความ “เจตนา” (Intent) ผ่านภาษา พฤติกรรม และการโต้ตอบ ณ ขณะนั้น ดังนั้น แทนที่ผู้ใช้จะต้องพยายาม “แปล”

ความต้องการของตัวเองให้กลายเป็นคำค้นหาหรือตัวกรอง (Filters) ระบบในอนาคตจะทำงานร่วมกับ “บริบท” ของผู้ใช้โดยตรง ประสบการณ์ที่ได้รับจึงกลายเป็นการ “ปรับตัวตาม” (Adaptive) มากกว่าการ “กำหนดไว้ล่วงหน้า” (Predefined) จากการ “สั่งงาน” (Instruction) สู่การ “ตีความ” (Interpretation) ที่ผ่านมามีถูกฝึกโดย Search Engine มานานหลายปี ให้คิดเป็นคำสำคัญ (Keywords) เช่น หากคุณต้องการชุดไปงานแต่งงาน คุณต้องพิมพ์ว่า “ชุดเดรส, สีฟ้า, ยาวคลุมเข่า, ผ้าชีฟอง” มนุษย์ต้องปรับวิธีคิดให้เข้ากับระบบคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ แต่ในความเป็นจริง มนุษย์ไม่ได้คิดแบบนั้น เราคิดเป็น “บริบท” เช่น “ฉันมีงานแต่งงานเดือนพฤษภาคมที่เท็กซัส จัดในโบสถ์แต่เลี้ยงฉลองกลางแจ้ง อากาศน่าจะร้อนมาก ฉันเป็นคนเหง้าออกง่าย ชอบลายดอกไม้ และอยากได้ชุดที่กลับมาใส่เที่ยวได้อีก” ในอดีต ช่องว่างระหว่าง “วิธีคิดของมนุษย์” กับ “การทำงานของระบบ” ถูกเติมเต็มด้วยความพยายามของผู้ใช้เอง (User Effort) แต่ตอนนี้ข้อจำกัดนั้นกำลังหายไป

(ที่มา : MarketingOops!)

<p>บริษัท ไทยเวลอินดิस्टเรียล จำกัด</p> <p>จ่ายเงินปันผลระหว่างกาล เรียน ท่านผู้ถือหุ้น บริษัท ไทยเวลอินดิस्टเรียล จำกัด</p> <p>ด้วยมติที่ประชุมคณะกรรมการบริษัท ครั้งที่ 1/2569 เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2569 ณ 123/4 หมู่ 17 ถนนเทพารักษ์ ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ 10570 ได้อนุมัติให้จ่ายเงินปันผลระหว่างกาลให้กับผู้ถือหุ้นในอัตราหุ้นละ 13.3333 (สิบสามบาทสามสิบสามสตางค์) ปรากฏตามรายชื่อผู้ถือหุ้น ณ วันที่ 30 เมษายน 2569 ในจำนวนหุ้นทั้งหมด 150,000 หุ้น คิดเป็นเงิน 2,000,000.00 (สองล้านบาทถ้วน) และจัดสรรเป็นเงินทุนสำรอง 0 (0)</p> <p>โดยบริษัทฯ กำหนดจะจ่ายเงินปันผลให้กับผู้ถือหุ้นภายในวันที่ 30 พฤษภาคม 2569</p> <p>จึงเรียนมาเพื่อทราบ</p> <p>ประกาศ ณ วันที่ 14 พฤษภาคม 2569</p> <p>(นาย เรืองวิทย์ ชลพันธ์) กรรมการผู้มีอำนาจลงนาม</p>	<p>ประกาศเลิกห้างหุ้นส่วนจำกัด</p> <p>หจก.มั่งมี เพียบพร้อม ทะเบียนเลขที่ 0603568000673</p> <p>ขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกันว่าที่ประชุมผู้ถือหุ้นของ หจก.มั่งมี เพียบพร้อม ได้ตกลงให้เลิกห้างหุ้นส่วนนี้ ตั้งแต่วันที่ 09 พฤษภาคม 2569 เป็นต้นไป</p> <p>จึงประกาศให้บรรดาลูกหนี้และเจ้าหนี้ทั้งหลายของห้างหุ้นส่วนฯ นี้ ได้โปรดติดต่อชำระหนี้ หรือยื่นคำทวงหนี้ต่อข้าพเจ้า ณ สำนักงานของผู้ชำระบัญชีเลขที่ 29 ถ.แสงสนธิ ต.ชมแสง อ.ชุมแสง จ.นครสวรรค์ 60120 ภายในกำหนด 7 วัน นับแต่วันประกาศเป็นต้นไป</p> <p>ประกาศ ณ วันที่ 14 พฤษภาคม 2569</p> <p>(นาย เสกสรร ชำนาญเพชร) ผู้ชำระบัญชี</p>
<p>ประกาศแปรสภาพห้างหุ้นส่วนเป็นบริษัทจำกัด</p> <p>ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอบีบี (2018) เอ็นจিনিยริง ทะเบียนเลขที่ 0203561005533</p> <p>ด้วยผู้เป็นหุ้นส่วนใน ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอบีบี (2018) เอ็นจিনিยริง ได้ตกลงยินยอมให้แปรสภาพ ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอบีบี (2018) เอ็นจিনিยริง ซึ่งตั้งอยู่เลขที่ 294/98 หมู่ที่ 1 ตำบลหนองขาม อำเภอกีรีราชา จังหวัดชลบุรี เป็นบริษัทจำกัด ตามบันทึกข้อตกลงยินยอม ลงวันที่ 14 พฤษภาคม 2569</p> <p>ห้างหุ้นส่วนฯ จึงขอประกาศให้ทราบทั่วกันว่า หากท่านมีความประสงค์ จะคัดค้านขอให้ส่งคำคัดค้านไปยังห้างหุ้นส่วนฯ กำหนด 30 วัน นับจากวันประกาศนี้เป็นต้นไป</p> <p>ประกาศ ณ วันที่ 14 พฤษภาคม 2569</p> <p>(นางสาว ปภาดา สาสิงค์) หุ้นส่วนผู้จัดการ</p>	



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนพิมพ์ พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๙๙๙ ๕๕๕ ๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๙๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทยชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่นระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวันชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นผู้พิมพ์
นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นผู้โฆษณา
นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่วันที่ ๑๒ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ)นางสาวกนกอร ศักดาเดช

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร