

アドビ、Web コンテンツと顧客体験の最適化ソリューション Adobe Target のラインナップを拡充。 「Adobe Target Premium」を発表

導入プロセスの簡略化、インターフェース刷新、自動化機能により
パーソナライゼーション業務を変革

【2014年6月12日】

アドビ システムズ 株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：クレイグ ティーゲル 以下 アドビ）は、[Adobe Marketing Cloud](#)の中心的なソリューションである Web コンテンツと顧客体験の最適化のためのテストとターゲティングソリューション [Adobe Target](#) の新ラインナップ「Adobe Target Premium」を発表しました。Adobe Target Premiumは、予測分析技術を活用して顧客インサイトを引き出し、マーケティング業務から憶測の作業を排除する、パーソナライゼーションソリューションです。

Adobe Target Premiumは、それぞれの顧客に適切なコンテンツ、オファー、クロスセルのレコメンデーションを設計するマーケターのターゲティング業務を自動化します。これにより、簡単な操作で自動的にターゲティングされたキャンペーンを立ち上げることができ、エンゲージメント率、コンバージョン率、売上の迅速な向上を可能にします。さらに、今回分析ソリューション [Adobe Analytics](#) の行動データとレポート機能を Adobe Target で最大限に活用できるようになったことで、マーケターは得たインサイトを迅速に、次のマーケティング アクティビティに活かすことが可能になりました。

昨今、マーケターには、消費者が企業のWebサイトやモバイルアプリケーションなどのオンラインチャンネルを訪問した際に、それぞれにとって適切なエクスペリエンスを提供することが求められています。アドビが実施した調査「Digital Roadblock: Marketers Struggle to Reinvent Themselves¹」によると、企業が将来強化するマーケティング活動において「パーソナライゼーション」が最上位（33パーセント）に位置付けられています。

Adobe Target Premiumの発表により、アドビは2種類の製品を展開することで、Webサイトやモバイルアプリケーションでの適切なエクスペリエンスの創造を実現します。あらゆるマーケターを対象とし、A/Bテストやターゲティングを直感的に行うことのできるソリューションとして、本年4月に発表したAdobe Target Standard、より先進的なテスト機能とパーソナライゼーションの自動化に対応したAdobe Target Premiumです。

Adobe Target Premiumの主な新機能は下記のとおりです。

意思決定の自動化：今日のマーケターには、個性豊かで要求も厳しい多数の一般消費者を対象に、これまで以上にパーソナライズされたエクスペリエンスを提供することが求められています。パーソナライゼーションへの取り組みを拡大し、こうしたニーズに応えるには、訪問者を顧客へと変えるコンテンツやオファーを予測する能力が必要です。Adobe Target Premiumの自動ターゲティング機能は、高度な自己学習アルゴリズムを活用することで、訪問者の現在および過去の行動に基づき、適切なコンテンツを自動的に決

定し、動的に提供します。

オーディエンスターゲティング機能の強化：一般消費者が求めているのは、自然に記事を読み、サービスを申し込み、商品を購入する、といったパーソナライズされたエクスペリエンスです。今回、Adobe TargetがAdobe Analyticsとの連携に対応したことで、Adobe Marketing Cloudのコアサービスの一環として導入された業界初の技術「Master Marketing Profile」を構成する行動データを活用できるようになりました。また、Adobe AnalyticsやAdobe Targetと連携可能なデータ マネジメント プラットフォーム（DMP）であるAdobe Audience Managerとの統合により、マーケターは社内CRMシステムのデータから、サードパーティ企業が提供するオーディエンスデータ、オフラインの変動要因まで、多岐にわたる匿名のデータセットを追加することで、Webサイト訪問者やモバイルアプリケーションユーザーの状況について、明確なイメージを把握することが可能です。

柔軟かつ強力なレポート機能：Adobe TargetがAdobe Analyticsのデータを活用できるようになったことで、最適化業務とマーケティング分析の間で、データを連携できるようになりました。これにより、キャンペーン実施後であっても、自社のデータ内で利用可能な任意の数のオーディエンスセグメントと成功指標に基づき、結果の分析を行うことが可能です。

効果的なモバイルエクスペリエンス：売上を拡大し、確固たる投資効果（ROI）を得るには、モバイルアプリケーションのエクスペリエンスの最適化が不可欠です。Webコンテンツ管理ソリューション [Adobe Experience Manager](#) は、開発者とマーケターの両方を対象とした唯一のモバイルアプリケーション開発プラットフォームです。Adobe Targetと連携することでアプリケーション内コンテンツのA/Bテストや、位置情報や顧客のライフサイクルに基づくエクスペリエンスのターゲティングなど、使い勝手に優れた総合的な最適化機能が活用できます。

直感的なワークフロー：Adobe Target Premiumの基礎となるのは、ステップバイステップ方式による独自のフレームワークです。エクスペリエンスに関する先進的なテスト、パーソナライゼーションの自動化、オファーの最適化、インテリジェントなクロスセルなど、あらゆる業務を連携させており、これらはすべて、1行の実装用コードをベースとしています。また、技術的なスキルを必要とせずに、ビジュアルエクスペリエンスコンポーザーにより、自社サイトを直接操作して、様々なオーディエンス向けに複数のエクスペリエンスの創造とターゲティングを容易に行い、適切な成功指標に照らし合わせて最適化を図ることができます。

ベストプラクティスとコンサルティングサービス：Adobe Target Premiumでは、最適化ロードマップの継続的なサポートなど、戦略的なサービスを活用して、実装/利用速度を短縮することや、キャンペーンの管理と実行を顧客に代わって担当する業界の専門家からの戦略的なアドバイスを提供することもできます。サービスの具体例としては、テスト、ターゲティング、パーソナライゼーションの戦略開発や、サイトの分野の優先順位リストと各分野で実行される最適化キャンペーン、競合状況に関するレポートの検証、分析データに基づく最適化のインサイトと成果、プライバシー重視の一般消費者向けオプトアウトの実装、ROI分析があります。

価格と提供について

Adobe Target Premiumは、2014年6月末よりお客様への提供を開始しています。価格は定額制となっており予測可能なコストの枠組の中で、より多くのテストとターゲティングを実施できます。詳細については、アドビの営業担当者までお問い合わせください。

Adobe Marketing Cloudについて

アドビは、デジタル イメージングやデジタル ドキュメントなどを含め、これまでもビジネスの各分野に変革をもたらしてきました。アドビのデジタルマーケティングソリューション「Adobe Marketing Cloud」には、分析、ソーシャル、広告管理、ターゲティング、エクスペリエンス管理、クロスチャネルキャンペーン管理といった包括的なソリューションと、リアルタイムのダッシュボード機能が含まれており、デジタルマーケティングを活用しビジネスを促進する際に欠かせない機能を提供します。これにより、よりすばやく、これまでになく効果的に、データから知見を得て、アクションへと繋げることが可能となります。

詳細は以下をご覧ください。

<http://www.adobe.com/jp/solutions/digital-marketing.html>

アドビについて

アドビは、世界を動かすデジタル体験を提供します。

アドビ システムズ 株式会社はその日本法人です。同社に関する詳細な情報は、[Webサイト](#)に掲載されています。

Adobe, the Adobe logo and Adobe Marketing Cloud, Adobe Target, Adobe Analytics and Adobe Experience Manager are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated, in the United States and/or other countries.

©2014 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. All other trademarks are the property of their respective owners.