

アドビ、マルチチャネルキャンペーン管理分野の マジッククアドラントで、「リーダー」に選ばれる

「ビジョンの完全性」で最上位のポジションを獲得

【2014年5月28日】

米国カリフォルニア州サンノゼ発（2014年5月27日）

Adobe（Nasdaq：ADBE）（本社：米国カリフォルニア州サンノゼ、以下 アドビ）は本日、ガートナー社の調査レポート「Magic Quadrant for Multichannel Campaign Management（マルチチャネルキャンペーン管理分野のマジッククアドラント）」2014年版¹にて、「リーダー」に選ばれたことを発表しました。本レポートでは、「ビジョンの完全性」の項目でアドビが最上位のポジションを獲得しています。

アドビ デジタルマーケティング部門マーケティング戦略担当バイスプレジデントのスレシュ ヴィタル（Suresh Vittal）は、「ビジネスを成功させる上で、強固な顧客データ管理を行い、デジタルチャネルと従来型チャネルのすべてを横断する形で、個々のユーザーに合わせた高度なプログラムを実行/提供する能力は、不可欠な要素となっています。マーケターは、[Adobe Marketing Cloud](#)の主なソリューションのひとつである[Adobe Campaign](#)を使用することで、自社の顧客との関係を構築/拡大できます。今回、最先端のビジョンを持つ企業としての評価を得たことにより、業界最高のキャンペーン管理ソリューションをお客様にお届けしようという当社の取り組みが、あらためて実証されました」と述べています。

「ビジョンの完全性」の評価にあたっては、市場の理解、マーケティング戦略、販売戦略、サービス/製品戦略、ビジネスモデル、業種/業界戦略、イノベーション、地理的戦略が基準となっています。一方、ベンダーの「実行能力」については、製品/サービス、企業としての全体的な存続性、販売実行能力/価格設定、市場対応力と実績、マーケティングの実行能力、顧客エクスペリエンス、経営が評価基準となっています。

Adobe Campaignは、キャンペーン、オファー、パーソナル化、データ管理で業界最高の機能を実現しており、すべてのチャネルを横断する形で、マーケティングプログラムの高度な自動化と実行に対応しています。Adobe Marketing Cloudとの深いレベルでの連携機能を実現しつつ、独自の新たな価格モデルを導入することで、過度な費用を支払うことも、電子メールのCPM（1,000通送信当たりのコスト）にとらわれることもなく、キャンペーンの拡張や統合を可能にし、[Adobe Experience Manager](#)との重要分野での連携機能を実現するなど、2013年にNeolane社を買収して以降、アドビでは、Adobe Campaignを進化させ続けています。

ガートナー社のレポートでは、以下のように述べられています。「リーダーとは、基本的なキャンペーンと高度なキャンペーンについて、包括的にキャンペーン管理パフォーマンスを大幅に向上させ続けることのできる企業である。こうした企業は、市場の見通しに優

れ、市場に深く浸透し、市場での勢いも力強く、キャンペーン管理ビジネスの成長について、戦略的なビジョンを掲げている」

レポートには、以下のようにも記載されています。「マルチチャネルキャンペーン管理（MCCM）プロセスを活用することで、企業は、Webサイト、モバイル、ソーシャルメディア、ダイレクトメール、コールセンター、電子メールなど、マルチチャネル環境を横断する形で、複数の顧客セグメントを対象に、インバウンドとアウトバウンド、両方のオファーを策定/編成し、コミュニケーションを図ることが可能である。デジタルマーケティングは、現在も引き続き、キャンペーン管理と一体化しており、これには、特定ユーザーに対するブランディング/広告、コンテキストマーケティング、トランザクションマーケティングが含まれている」

ガートナー社の調査レポート「Magic Quadrant for Multichannel Campaign Management」2014年版は、gartner.comからダウンロードしていただけます。

その他の関連資料

- [Adobe Campaignのブログ記事](#)（英語）
- [Twitter](#) (@AdobeCampaign、英語)
- [Adobe Campaign](#)のWebサイト

免責条項

ガートナーは、ガートナー・リサーチの発行物に掲載された特定のベンダー、製品またはサービスを推奨するものではありません。また、最高の評価を得たベンダーのみを選択するようテクノロジーの利用者に助言するものでもありません。ガートナー・リサーチの発行物は、ガートナー・リサーチのオピニオンを表したものであり、事実を表現したものではありません。ガートナー社は、明示または黙示を問わず、本リサーチの商品性や特定目的への適合性を含め、一切の保証を行うものではありません。

1 ガートナー社「Multichannel Campaign Management Magic Quadrant」、Adam Sarner、Jennifer Beck、Julie Hopkins著、2014年5月21日

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 and Adobe Campaign 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.