



アドビシステムズ株式会社
141-0032 品川区大崎1-11-2
ゲートシティ大崎イーストタワー19F

アドビ、Adobe Marketing Cloud に次世代のアドテク機能を追加 ダイナミックコンテンツの最適化、動画広告、モバイル広告、 ロケーションベース広告に関する新機能

※当資料は、2016年5月11日に弊社米国本社から発表された[プレスリリース](#)の抄訳です。

【2016年5月13日】

英国ロンドン発：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、Adobe Summit Europeで、デジタル広告管理ソリューション[Adobe Media Manager](#)の新たな広告機能を発表しました。これによってブランド企業は、データインサイトを活用したクリエイティブな広告コンテンツの提供と、高度にパーソナライズされたメッセージやオファーによるユーザーとのエンゲージメントが可能になります。この機能には、見込み客のオンライン行動を十分に活用する高度な分析のほか、適切なコンテンツのリアルタイム配信を大規模に展開できる新しいツールが含まれています。動画広告、モバイル視聴者、ロケーション情報をサポートすることにより、ブランド企業は、デバイスを問わずに有効性の高い広告フォーマットを顧客に届けることができます。また、[Adobe Marketing Cloud](#)とのより緊密な連携によって、広告主はより広範な消費者情報を取得し、あらゆるチャネルを通じて視聴者に訴求することが可能になります。

アドビのデジタル広告担当バイスプレジデントであるジャスティンメリケル（Justin Merickel）は、次のように述べています。「インターネット体験に対する消費者の期待は高まり続けており、消費者の85%が、個人的な興味に合った広告が好ましいと回答しています。Adobe Media Managerの機能強化とAdobe Marketing Cloudとのより密な連携により、ブランド企業は複数のデジタルタッチポイントを通じてより優れた広告体験を提供することができます。」

新しい広告機能は以下のとおりです。

- **クリエイティブコンテンツを活用した大規模なパーソナライゼーション**：ブランド企業は、関連性の高い広告の作成に関わる時間とコストを考慮して、最も有効性の高いクリエイティブなコンテンツをリアルタイムに提供する必要に迫られています。[アドビの Dynamic Creative Optimization \(DCO\)](#)（英語）はAdobe Marketing Cloudに完全に統合され、大規模なパーソナライゼーションを実現することができます。広告主は、詳細な視聴者セグメントを活用することで、広告表示の有無という二者択一でしかなかったタ

ーゲティング広告を超えた取り組みが可能になります。例えば、航空便と航空運賃を検索した消費者に対して標準的なプロモーションを行う代わりに、その消費者を価値の高い見込み客のセグメントに加え、無償の座席アップグレードや優先搭乗に関するカスタム広告を提供できます。また広告主は、[Adobe Creative Cloud](#)のコンテンツをブランド企業が所有する様々なチャネルで利用するのに加えて、[Adobe Experience Manager Assets](#)などのデジタルアセット管理システムに格納されているコンテンツも組み込むことにより、マルチチャネル展開の長所を活用することができます。

- **動画広告**：Adobe Media Managerが動画広告に対応したことにより、ブランド企業は、Webだけでなく、Facebookなどのプラットフォーム上でも、オープンなアドエクステンション、プライベートマーケットプレイス、ソーシャルネットワークから動画広告枠を購入し最適化することができます。[Adobe Analytics](#)、[Adobe Audience Manager](#)、[コアサービス](#)と連携することで、動画広告のパフォーマンスや属性の可視性を向上し、より詳細なセグメンテーションによって価値の高いユーザーに訴求することが可能になります。
- **モバイル視聴者の獲得**：アプリに対する消費者の評価はますます厳しくなっており、視聴者獲得の取り組みがこれまで以上に重要となっています。[Adobe Analytics](#)と[Mobile Core Services SDK](#)との新たな連携により、Adobe Media Managerで顧客によるアプリの導入、使用、コンバージョンまでの過程にすべて対応できるようになりました。それらのデータを使用して、広告のパーソナライゼーションの強化とキャンペーンの最適化によってダウンロードを推進し、コンバージョンの可能性が最も高い見込み客をターゲティングすることが可能になります。
- **ロケーションベース広告**：地域要素がマーケティングミックスに追加されると、ブランド企業はより関連性の高い広告を作成できます。Adobe Media Managerは、ロケーション情報を活用し、検索広告のインプレッションの入札を調整できるようになりました。この入札は、個人のロケーション毎のコンバージョン可能性に基づいてリアルタイムで調整されます。ディスプレイ広告およびソーシャルメディア広告については引き続き、媒体社からのロケーション情報を使用して消費者により関連性の高い広告を届けます。
- **レポート作成機能の強化**：Adobe Analyticsとの緊密な連携によって、広告主は、広告のパフォーマンスを的確に分析し、組織的なアクションにつなげることができます。ブランド企業は、ビュー数やクリック数に基づくエンゲージメントなどの指標によって、チャネル全体にわたる消費者の広告接触の様子をリアルタイムで把握することができます。コンバージョンを促進する要因を深く洞察することにより、最も価値の高い消費者セグメントをターゲットにできるようにキャンペーンを最適化できます。新しいレポート作成ツールにより、アナリストがインサイトを得る時間を数時間から数分へと短縮します。Adobe Analyticsの[Analysis Workspace](#)を活用すると、ブランド企業のチームはドラッグ&ドロップ操作の使いやすいビジュアルインターフェイスを使用して、組織の誰もが容易に理解し利用できる報告書を作成できます。

eHealthのマーケティング担当シニアバイスプレジデントであるジェフバーンスタイン (Jeff Bernstein) 氏は、次のように述べています。「Adobe Marketing Cloudのおかげで、初回の訪問からコンバージョンまでのあらゆるタッチポイントで、視聴者の行動をすべて把握できるようになりました。この包括的なソリューションの長所は、最新の健康保険購入期間が物語っています。顧客の可視化によって適切な決断と迅速な行動が可能になっただけでなく、予算を40%削減しながら注文1件当たりのコストを削減することができました。」

参照リンク

- [ブログ: Adobe Media Managerで次世代のプログラマティック広告を](#) (英語)
- [Adobe Media Managerサイト](#)
- ツイッター: [@AdobeAds](#) (英語)

Adobe Marketing Cloud について

Adobe Marketing Cloud は、様々なデバイスとデジタルタッチポイントを通じてマーケティングコンテンツの高度なパーソナライゼーションを実現することでビッグデータを駆使し、顧客と見込み客への効果的なリーチとエンゲージメントを支援します。緊密に統合された8つのソリューションにより、分析、Web/アプリのエクスペリエンス管理、テスト/ターゲティング、広告、動画、オーディエンス管理、ソーシャルエンゲージメント、キャンペーン編成に重点を置いた、包括的なマーケティングテクノロジーをマーケターに提供します。また、Adobe Creative Cloudとの連携機能により、あらゆるマーケティングチャネルにおいて、クリエイティブアセットを容易に活用できます。Adobe Marketing Cloud は、Fortune 50 企業の 2/3 をはじめ、世界中の多くの企業に採用されています。

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, Adobe Media Manager, Adobe Marketing Cloud, Creative Cloud, Adobe Analytics and Adobe Audience Manager are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries.

©2016 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. All other trademarks are the property of their respective owners.