



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、マイクロソフトおよび LinkedIn との連携により、 企業のアカунトベースドエクスペリエンス (ABX) を加速

※当資料は、2019年3月26日に米国本社から発表された[プレスリリース](#)の抄訳です。

【2019年3月27日】

米国ネバダ州ラスベガス発：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、マイクロソフトとのパートナーシップの拡大とLinkedInとの新たな連携により、マーケティングソリューションの統合強化を図り企業のアカунトベースドエクスペリエンス (ABX: Account Based Experiences) を加速させると発表しました。アドビとマイクロソフトは、Marketo Engageを含む[Adobe Experience Cloud](#)とMicrosoft Dynamics 365 for Salesでアカウントベースのプロファイルを構築できるよう、主要データソースの連携を進めています。これによってB2Bマーケターと営業は、B2Bカスタマーを容易に特定、把握し、企業の購買担当者との関係を構築することが可能になります。また、このパートナーシップにより、ターゲットを絞ったコンテンツの管理、評価および配信プロセスを向上させ、LinkedInをはじめとする主要B2Bプラットフォームにおいて、よりパーソナライズされた体験を個人およびアカウントレベルの両方で提供できるようになります。

アドビのデジタルエクスペリエンス事業部門担当シニアバイスプレジデントであるスティーブルucas (Steve Lucas) は、次のように述べています。「マーケティングとセールスという複雑なプロセスにおいて、不特定多数の人とのエンゲージメントを管理することは、ABXの根幹であり、B2Bマーケターが日常的に行うことです。これらの新しいアカウントベース機能により、マーケティングおよびセールスチームは、関係構築する人やアカウントとの適合性を高め、そのビジネスインパクトを評価する新しい手段を確保することが可能になります。」

マイクロソフトのビジネスアプリケーションおよびグローバルインダストリーグループのコーポレートバイスプレジデントであるアリサ テイラー (Alysa Taylor) 氏は次のように述べています。「データが持つパワーを活用して正しい機会を見つけ出し、インサイトを活用することは、マーケターやセールスが購買担当者とプランニングをする上で有効なことです。アドビ、LinkedInおよびマイクロソフトの協業により、リードコンバージョンを高め、より良いサービ

スとクロスセルを実現し、結果的に生涯価値の高いアカウントへ成長させることのできる、エンドツーエンドのソリューションを提供できます。」

LinkedInのBusiness Development担当バイスプレジデントであるジェン ウィーデン (Jen Weedn) 氏は、次のように述べています。「マーケターがキャンペーンを実施する際の最大の課題の一つは、メッセージを適切なオーディエンスに確実に届け、高いROIを達成することです。LinkedInによるアカウントベースドマーケティング機能がAdobe Experience Cloudの導入企業にも提供されることで、マーケターはシームレスに、LinkedIn上で適切なターゲットオーディエンスを特定し、意義のあるコンテンツを提供でき、最終的にはキャンペーンを大きな成功へと導くことが可能になります。」

このパートナーシップは、アドビとマイクロソフトとの長年にわたるコラボレーションを深めるものです。また、あらたにLinkedIn Marketing Solutionを連携させることで、ターゲットアカウントや企業の購買担当者との関係構築を効率化する手段を提供し、以下のようなメリットをマーケターにもたらします。

- **ターゲットアカウントをより深くリアルタイムに把握**：マーケティングおよびセールスチームは、Marketo EngageとMicrosoft Dynamics 365 for Salesからのデータを活用し、各個人の役割、影響力、嗜好といったインサイトを含め、ターゲットアカウントをより深くリアルタイムに把握できるようになります。LinkedInのMatched AudiencesをMarketo Engageに組み込むことによって両者のアカウントベースのターゲティング機能が組み合わせられ、LinkedIn上のアカウントから適切なコンタクト先を特定することが容易になります。
- **豊富なアカウントプロフィールを活用し、ターゲットオーディエンスをより効果的に特定**：ターゲットとして最適なアカウントを特定するため、Marketo EngageのAccount Profiling機能には、単一のABXソリューションとしてインテリジェンス主導の予測モデリングおよびオートメーションが組み合わされています。これにより、2,500万社の中から最適なアカウントを数分以内に特定することが可能です。
- **かつてない精度を活かし、人中心のキャンペーンを展開**：アドビのデータ管理プラットフォーム (DMP) であるAdobe Audience Managerは、Azure上で、かつてない精度でブランド企業がオーディエンスに関するデータを収集し、アカウントのコンタクト先を中心としたキャンペーンをLinkedInのようなチャンネル上で展開できるだけでなく、メディアバイイングに関する情報も取得できるようになります。また、データガバナンスとプ

プライバシーコントロールに対応することで、顧客データを安全に保護しながら、ブランド企業はプライバシーポリシーとデータプライバシーコンプライアンスに準拠することができます。

#### アドビについて

アドビは、世界を変える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。

©2019 Adobe Inc. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.