



アドビ、ServiceNow とのデータ連携を開始

マーケティングとカスタマーサービスをつなげる

データフローとデジタルワークフローを確立

※当資料は、米国時間 2020 年 5 月 5 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。

【2020 年 5 月 8 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) と ServiceNow (NYSE : NOW) は、ServiceNow の年次ユーザーカンファレンス「Knowledge 2020 Digital Experience」にて、両社のパートナーシップによるデータ連携をグローバルで開始すると発表しました。これは、[Adobe Experience Platform](#) と、ServiceNow の [Customer Service Management](#) 製品のデータを接続することで、シームレスなつながりを維持できる顧客体験の提供を実現する、業界初のソリューションです。デジタルオンリーが現実のものとなっている今日のエクスペリエンスエコノミーにおいて、マーケティング部門とカスタマーサービス部門は、データ主導型かつ顧客第一主義のアプローチで歩調を合わせ、連携する必要があります。業界初の顧客体験管理に特化したプラットフォームである Adobe Experience Platform と ServiceNow の CSM (カスタマーサービス管理) 製品を連携することにより、ブランド企業はオウンドメディアや広告の反応といったアクティビティと CS の情報を統合し、より完全な顧客像を把握できるようになります。

このデータ連携は、Adobe Experience Platform と ServiceNow をシームレスにつなぐワークフローを実現し、顧客データでアドビが提供するリアルタイムの顧客プロフィール機能を強化するだけでなく、あらゆるタッチポイントで、よりパーソナライズされた顧客体験の提供につながります。また、ServiceNow と [Adobe Experience Manager](#) の連携により、ブランドは強化されたカスタマーサービス機能を提供できるようになりました。

ServiceNow のカスタマーワークフロー製品担当シニアバイスプレジデントのファレル ホープ (Farrel Hope) 氏は次のように述べています。「今日、カスタマーサービス部門では、顧客からのかつてないレベルの問い合わせに直面しています。そうしたことから、オムニチャネルか

つエンドツーエンドですべての顧客を完全に把握できる CS ソリューションの必要性が生まれています。アドビとのパートナーシップにより ServiceNow は、企業が最も大切な顧客の情報にアクセスし、より深い顧客ロイヤルティを育成することを可能にします。」

Lenovo のグローバルチーフデジタルオフィサーであるポール ウォルシュ (Paul Walsh) 氏は次のように述べています。「インテリジェントなトランスフォーメーションの実現には、組織横断での取り組みが必要です。アドビと ServiceNow の活用によって、マーケティングとカスタマーサービスの部門をより密に連携させることで、よりインテリジェントでデータ主導型の、文脈に沿ったインタラクションがお客様に提供できるようになることを楽しみにしています。」

アドビのエコシステム開発担当バイスプレジデントであるアミット アフジャ (Amit Ahuja) は次のように述べています。「デジタル体験を通じて世界を変えるというアドビの使命は、これまで以上に重要で強力なものになっています。アドビと ServiceNow が連携することで、企業がひとりひとりの顧客をより完全に把握できるようにし、エンゲージメントの向上、ひいてはビジネスの成功につながる顧客体験を提供できるようにします。」

今、企業がどのように顧客をサポートするかが、ブランドと顧客との長期的な関係性を決定づけます。今日の消費者は素晴らしい体験を期待していますが、企業の多くは時代遅れのサイロ化されたシステムに依存しているため、顧客に関する情報を提供できず、その期待に応えることができません。今回の連携により、アドビと ServiceNow を併用する企業は、以下のことが可能になりました：

- **ブランドロイヤルティを促進するための顧客コンテキストの把握**：企業はしばしば、自社と顧客のインタラクションを記録したデータが組織内で分散しているという課題を抱えています。今回の連携は、マーケティング部門とカスタマーサービス部門をつなげるシームレスなデータワークフローを確立することで、この課題を解決します。これにより、顧客からの苦情や問い合わせが入ったときに、その顧客が購入した製品やサービスから直近のインタラクションに至るまで、顧客とブランドとのエンゲージメントの全容を確認できるようになり、よりパーソナライズされた、つながりを保つための顧客体験を提供できます。

- **パーソナライゼーションに欠かせないインサイトの取得：**カスタマージャーニーの理解なくして優れた顧客体験は提供できません。Adobe Experience Platform と ServiceNow Customer Service Management ソリューションを通じて「評価（カスタマーサポート）」と「購入（マーケティング）」、それぞれのタッチポイントにおいて収集しているデータを集約することで、企業がチーム横断の作業を合理化し、最終的には Adobe Experience Platform 上に詳細かつリアルタイムの顧客プロファイルを構築できるようにします。
- **顧客体験の強化：**シームレスな顧客体験の一例は、ニーズを先読みしたものです。ServiceNow を使用する企業は、製品やサービスの利用状況を把握できるため、より優れたパーソナライゼーションを推進できます。今回の Adobe Experience Manager と ServiceNow Customer Service Management の連携により、顧客それぞれのカスタマージャーニーのステージに沿ってカスタマイズされた、関連性の高い Web 顧客体験とコンテンツを提供できます。

ServiceNow について

ServiceNow (NYSE:NOW) は、働く人により良い職場環境の実現を目指します。同社のクラウドベースのプラットフォームとソリューションは、素晴らしい体験を創造し、従業員と企業の生産性を向上させるデジタルワークフローを提供します。詳細については www.servicenow.com をご覧ください。

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。