

アドビ、U.S.Bank のリテールバンキングにおける パーソナライゼーションの加速を支援

- U.S. Bank が、オンラインとオフラインにおける適切で魅力的な顧客体験の提供に向けて Adobe Experience Platform を採用
- データの詳細な分析により、ガバナンスとコントロールを確保しながら、大規模かつリアルタイムのパーソナライゼーションを推進
- Adobe Sensei の AI から得られる強力なインサイトにより、マーケティングオフィスの効果を高めることが可能に

※当資料は、2022 年 10 月 24 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。

【2022 年 11 月 2 日】

アドビ (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、米国の大手銀行 U.S. Bank (NYSE: USB) と共同で、個人のニーズや関心に合わせたオンラインおよび支店内の顧客体験向上に取り組むことを発表しました。

この協業は、これまで成功裏に各支店、web、モバイルの顧客体験を一貫提供するまでになった U.S. Bank のデジタル変革 (DX) をさらに発展させるもので、例えば、担当行員にファイナンシャルプランについて直接相談できたり、U.S. Bank モバイルアプリ経由で小切手を発行したり、残高を確認できたりといった形で顧客ニーズに即した取引を行えるようにすることを目的としています。現在、U.S. Bank のリテールバンキング取引の 80%以上、ローン販売の 65%近くがデジタル上で行われています。

消費者に向けて多くのタッチポイントを展開する同行において、[Adobe Experience Platform](#) (AEP) は、顧客を一元的に把握し、マーケティング部門が適切なチャネルを活用してタイムリーかつ適切なコンテンツをより高い精度で提供できるようにします。

U.S. Bank のチーフ ストラテジー & マーケティング オフィサーである Kai Sakstrup 氏は、次のように述べています。「デジタルチャネル経由の取引およびエンゲージメントの驚異的な成長に対応するため、当行はマーケティングテクノロジースタックの近代化に多

大な投資をおこなってきました。私たちは、お客様が店頭、web、モバイルアプリのいずれを利用しても、シームレスな顧客体験が得られることを重視しています。Adobe Experience Platform (AEP) は、金融サービスとのインタラクションがより有意義であることを求める顧客ニーズの変化に対応するという目標をサポートし、法人顧客とのエンゲージメントを再構築するための未来の基盤という役割も担っています。」

アドビの [Adobe Experience Cloud](#) 担当シニアバイスプレジデントであるアンジュル ブハムブリ (Anjul Bhambhri) は、次のように述べています。「U.S. Bank は金融サービス分野のリーダーであり、多くのブランド企業が取り組む、デジタルエコノミーにおけるひとり一人に最適な体験の提供において先行しています。Adobe Experience Platform (AEP) によって、U.S. Bank のマーケターは包括的に顧客を捉えられるようになり、厳格な業界ルールや規制を完全に準拠する形で、顧客のニーズに合わせて進化し続けるオールウェイズオン (常時接続型) のパーソナライゼーション戦略を推進できるようになります。」

Adobe Experience Platform の採用により、U.S. Bank は大規模なパーソナライゼーションのためにデータの安全な有効活用に必要なツールすべてを手にすることになります。

- **顧客体験のリアルタイム提供**：デジタルエコノミーの成長に伴い、信頼を最重要視する業界である金融サービスにおいて、パーソナライゼーションは不可欠なものとなりつつあります。事実、[消費者の 72%](#) が、パーソナライゼーションが不十分な企業への信頼は低下すると回答しています。Adobe Experience Platform (AEP) の一部である [Adobe Real-Time CDP](#) (顧客データプラットフォーム) により、U.S. Bank は重要なモーメントにおいて高度にパーソナライズされた顧客体験を提供できるようになりました。例えば、顧客それぞれのファイナンシャルゴールの達成に役立つ、関連性が高くタイムリーなコンテンツやオファーを、チャンネル横断で一貫性を持った形で提示することができます。
- **ガバナンスとコントロールの強化**：Adobe Experience Platform (AEP) はオンラインとオフラインのデータを統合する中心的なハブとしても機能するため、消費者が選択したオプションを尊重した、より優れた顧客体験を実現することが可能です。このプラットフォームにより、U.S. Bank は顧客データの使用許諾に関するガバナンスとコントロールを強化でき、メッセージの頻度や、キャンペーンやオファーの内容を適正化することでコミュニケーションをさらに合理化することができます。

- **AIオートメーション**：U.S. Bank は、Adobe Experience Platform（AEP）に搭載された顧客 AI の活用により、顧客グループごとに最適なマーケティングオファーを出し分ける計画も立てています。アドビの AI エンジンである [Adobe Sensei](#) を搭載した顧客 AI は、データからより深いインサイトを導き、意思決定プロセスを自動化します。ここで得られたインサイトにより、同行は退職金制度や銀行ローンなどのサービスを訴求する対象を調整し、コンバージョンと顧客維持の両方を向上させることが可能になります。また、どんなに大規模なマーケティングキャンペーンであっても、異なる顧客層それぞれに滞りなく、次善のオファーを自動提供できるようになります。

■「アドビ」について

アドビは、「世界を動かすデジタル体験を」をミッションとして、3つのクラウドソリューションで、優れた顧客体験を提供できるよう企業・個人のお客様を支援しています。

[Creative Cloud](#) は、写真、デザイン、ビデオ、web、UX などのための 20 以上のデスクトップアプリやモバイルアプリ、サービスを提供しています。[Document Cloud](#) では、デジタル文書の作成、編集、共有、スキャン、署名が簡単にでき、デバイスに関わらず文書のやり取りと共同作業が安全に行えます。[Experience Cloud](#) は、コンテンツ管理、パーソナライゼーション、データ分析、コマースに対し、顧客ロイヤルティおよび企業の長期的な成功を推進する優れた顧客体験の提供を支援しています。これら製品、サービスの多くで、アドビの人工知能（AI）と機械学習のプラットフォームである [Adobe Sensei](#) を活用しています。

アドビ株式会社は米 Adobe Inc.の日本法人です。日本市場においては、人々の創造性を解放するデジタルトランスフォーメーションを推進するため、「心、おどる、デジタル」というビジョンのもと、心にひびく、社会がつながる、幸せなデジタル社会の実現を目指します。

アドビに関する詳細な情報は、web サイト (<https://www.adobe.com/jp/about-adobe.html>) をご覧ください。