

2010年1月15日

トヨタ自動車が Omniture® のソリューションを採用

～ 統一したウェブ解析基盤として Omniture SiteCatalyst を選択、 購買に貢献するためのオンラインマーケティングの分析・最適化を目指す ～

Adobe Systems Incorporated (NASDAQ: ADBE) (本社：米国カリフォルニア州サンノゼ、以下アドビシステムズ社) 傘下のオムニチュアは、トヨタ自動車株式会社 (本社：愛知県豊田市、以下トヨタ) が、SaaS 型ウェブ解析ソリューション「Omniture SiteCatalyst® (オムニチュア サイトカタリスト)」を採用したと発表しました。

トヨタは今後、同社が日本で運営するグローバルコーポレートサイト (www.toyota.co.jp)、トヨタブランド公式サイト (toyota.jp)、およびその他約 10 のサイトにおいて統一したウェブ解析基盤として Omniture SiteCatalyst を利用し、購買に貢献するためのオンラインマーケティングの分析、最適化やブランディングの強化、およびロイヤル顧客の育成を推進していく予定です。

オムニチュアの日本代表の尾辻 マーカスは次のように語っています。「オンラインにより企業と顧客のやり取りがますます増加するビジネス環境において、Omniture SiteCatalyst の提供するリアルタイムのデータを活用してマーケティング施策の改善を行い、企業の競争優位性を高めることができます。さらに、オムニチュアはウェブ解析ツールと、テスト、ターゲティング、サーチエンジンマーケティング最適化等のツールをシームレスに連携させオンラインマーケティングスイートとして提供しているため、将来トヨタがさらに高度なマーケティング展開を行った際にも、これらの施策を効率的に連携させて最適化することが可能です。これは Omniture 採用に当たり重要な決め手となりました。」

アドビシステムズ社 オムニチュアビジネスユニット担当シニア バイスプレジデント 兼 ジェネラルマネージャー、ジャシュ ジェイムズ (Josh James) は、「トヨタのような世界的に著名かつ先進的な企業が Omniture を活用し、オンラインマーケティング施策の効果測定を実施しています。トヨタが、Omniture SiteCatalyst とオムニチュア コンサルティングの提供するベストプラクティスを活用し、期待された成果と高い投資収益率を実現されるものと期待しています」と述べています。

Omniture SiteCatalyst はオムニチュアのオンラインマーケティングスイートを構成する製品で、マーケティング担当者にリアルタイムでオンライン戦略とマーケティング施策に関する情報を提供する、拡張性に富んだソリューションです。

オムニチュアについて

米国 Adobe Systems Incorporated のビジネスユニットであるオムニチュアは、オンラインビジネスを最適化するためのソフトウェアをオンデマンドの SaaS モデルで提供しています。オムニチュアのソフトウェアは、お客様のウェブサイトやその他のシステムで生成される情報の収集と蓄積を行い、その情報を解析することでオンライン、オフライン、及びマルチチャネルのマーケティング活動や販売活動などにおける投資対効果の向上や収益向上などビジネス課題の解決を支援します。またソフトウェアに加えて、より高い導入効果を実現するための導入支援サービス、コンサルティングサービス、カスタマーサポート、及びユーザー教育を提供しています。

オムニチュア株式会社（本社：東京都渋谷区）は 2006 年 1 月に設立され（日本でのサービス提供開始は 2005 年 4 月）、これまでに花王株式会社、株式会社千趣会、日本放送協会、楽天株式会社、株式会社リクルート（五十音順）など 300 社以上の導入実績があります。

www.omniture.com/jp

アドビ システムズ社について

アドビ システムズ社は、時間や場所、利用するメディアや機器を問わず、あらゆるユーザーの、アイデアや情報との関わり方に変革をもたらしています。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。