

Adobe Online Marketing Suite, powered by Omniture を発表 ソーシャルメディアとモバイル対応が強化

Facebook 広告の自動入札、Android と BlackBerry アプリケーションのパーソナライゼーションが可能に - すべてのオムニチュア製品をアドビブランドに統合し、「powered by Omniture」を付した製品名称体系へ移行

【2010年7月26日】

カリフォルニア州サンノゼ発（2010年7月22日）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）は本日、Adobe® Online Marketing Suite, powered by Omniture® に新機能が加わったと発表しました。

これには Facebook 広告の自動入札、Google コンテンツ ネットワーク向けの広告作成と配信をさらに容易にするイメージ広告のサポート、Blackberry と Android 向けネイティブ アプリケーション向けコンテンツのリアルタイムのパーソナライゼーション*（日本語未対応）、レポート機能とダッシュボードの強化などが含まれています。また、今後オムニチュアの製品はアドビシステムズ社のブランドに統合され、オムニチュアはアドビシステムズ社のブランドを構成する要素に移行します（例：Adobe® SiteCatalyst®, powered by Omniture®）。

アドビシステムズ社の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、「我々はお客様のニーズに応えると共に、Adobe Online Marketing Suite を進化させることに引き続き注力します。Adobe Online Marketing Suite は、アドビシステムズ社の持つ製品との統合によって強化され、従来からのお客様と新しいお客様の双方のニーズに応えることのできる統合ソリューションです。昨今、オムニチュアの技術をオンライン解析だけのために利用しているオンラインマーケターはむしろ少数派になってきています。世の中のマーケターのレベルがどんどん上がっているなかで、多くのお客様が Online Marketing Suite から複数のソリューションを活用するようになってきています。これにより、データを活用してコンバージョンを向上させ、広告投資を最適化できるようになります。」と述べています。

新バージョンである Adobe® SearchCenter+（サーチセンタープラス）では、Facebook 広告を容易に最適化できるようになりました。また、Google のイメージ広告にも新たに対応しました。

Facebook 広告への自動入札

- 高度な解析機能によって、Facebook 内の効果の高い顧客セグメントを特定し、これらのセグメントに対してターゲティングが可能です。そして、CPC や CPM などあらゆる成功指標に基づいて、Facebook ディスプレイ広告キャンペーンの自動最適化が可能です。
- たとえば、コンバージョン指標に基づく広告効果をベースに入札価格を自動で更新し、広告費用対効果（ROAS）の最大化ができます。

Google コンテンツネットワークのイメージ広告

- Adobe SearchCenter + は Google イメージ広告の管理と作成を簡素化します。
- 使用頻度の高い画像をインポートおよび保存し、イメージ広告を簡単に作成・配信することにより時間を大幅に節約できます。

アドビ システムズ社は Adobe® Test&Target™ の新バージョンもリリースし、特定のセグメントに対するオンラインコンテンツのパーソナライゼーションが強化されました。この最新のリリースには以下の機能が盛り込まれています。

Blackberry および Android モバイル アプリケーションの最適化 * (日本語未対応)

- Test&Target オンライン インターフェースから直接リアルタイムで Blackberry と Android 向けのモバイル アプリケーションの配信やユーザー エクスペリエンスを変更できるようになりました。これにより、A/B および多変量テスト、動的コンテンツのターゲティング、訪問者のセグメンテーションを通じてモバイル アプリケーションの有効性とパフォーマンスが改善されます。

Adobe Online Marketing Suite に含まれるアドビ システムズ社の解析ソリューションである Adobe SiteCatalyst と Adobe® Discover™ には以下の新機能が追加されました。

マーケティングチャネルレポート

- あらゆるマーケティングチャネル（リスティング広告、自然検索、ソーシャルメディア、動画等）間での比較およびビジネス効果の把握が可能になり、自社の顧客基盤に最適なマーケティングチャネルを把握しやすくなります。
- この情報を基に、意思決定者は最大の利益をもたらすマーケティングチャネルに適切に予算を配分することが可能になります。

Adobe® ReportBuilder * (日本国内未対応)

- Excel と Adobe SiteCatalyst の統合が強化され、SiteCatalyst レポートを Excel 上で迅速かつ簡単に作成できるようになり、必要な情報を迅速に入手できます。

Adobe® Creative Suite® 5 と Open Source Media Framework (OSMF) との統合および動画トラッキング

- アドビ システムズ社の新しい OSMF 動画プレーヤーに動画計測機能が統合され、オンライン動画配信・タグ付けを迅速かつ容易に行うことが可能になりました。

ダッシュボードの強化

- 企業のビジネスニーズに合致するよう、ダッシュボードの柔軟なカスタマイズや外部データの取り込みが可能になりました。

Adobe Discover の更新

- SiteCatalyst のマーケティングチャネルレポートで収集したデータを Adobe Discover で活用することで、ユーザーが定義したマーケティングチャネルに基づく特定の顧客グループに、セグメンテーションやターゲティングを効率的に実施できます。
- このデータを活用してセグメント作成や訪問者分析、マーケティングチャネル別の効果分析が可能です。

これらの新機能は、一部日本語対応未定部分を除きすでに利用可能です。

Adobe Online Marketing Suite について

Adobe® Online Marketing Suite, powered by Omniture® は、オンライン ビジネス最適化のための統合されたオープンなプラットフォームです。顧客インサイトを活用することで、ビジネスでの革新を促すとともにマーケティングの効率を高めることができます。この統合ソリューションは、顧客インサイトを収集・活用し、集客やコンバージョン、リテンション、およびコンテンツ作成と配信を最適化するためのアプリケーションから構成されています。例えば、マーケターはこの統合ソリューションを使って最も効果的なマーケティング戦略と広告の出稿プランを決定でき、またウェブサイト、ディスプレイ広告、e-メール、ソーシャルメディア、ビデオ、モバイルなどのデジタル マーケティング チャンネルを横断して、関連性が高く、パーソナライズされ、一貫性のある顧客体験を作り出すことができます。この統合ソリューションでは、顧客とのインタラクションの改善や自動化ができるため、マーケティング ROI（投資対効果）を最大化し、最終的には利益率を高めることが可能です。

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。