

アドビ システムズ社、Adobe Marketing Cloud の 新しいタッチ インターフェイスを発表

「カード」、「フィード」、および「ボード」を特徴とする
新しいインターフェイスにより
インサイトの理解、チームとのコラボレーション、および施策の展開が容易に

【2013 年 3 月 6 日】

米国ユタ州ソルトレークシティ、Adobe Digital Marketing Summit 発 (2013 年 3 月 6 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® Marketing Cloud のための革新的な新ユーザーインターフェイス (UI) を発表しました。この新しいユーザーインターフェイスによって、マーケティング部門や企業経営陣は、データとインサイトに基づいて、マーケティング投資の成果を容易に評価できるようになります。また、本日、マーケティング部門がキャンペーンの効果測定に使用する Adobe Marketing Cloud、クリエイティブ部門がキャンペーンの制作および配信に使用する Adobe Creative Cloud™、これら二つのクラウドが連携したことも発表しました。この連携によりマーケティング部門はデジタル時代にふさわしいスピードで行動し、成果が得られるまですばやくアクションを繰り返すことにより、顧客にさらに適切なエクスペリエンスを提供できるようになります。それにより、更なる価値をビジネスにもたらすことが実現します。

アドビ システムズ社デジタルマーケティングユニット担当上級副社長 兼 ゼネラル マネージャーのブラッド レンチャー (Brad Rencher) は、「クリエイティブ デザイン、広告、およびアナリティクスのためのチームをひとつの組織として運営するにあたり、マーケティング担当者は自らのビジネスの全体像を示す情報が手の届きやすい場所にまとめられていることを求めています。Adobe Marketing Cloud はマーケティング部門が貴重なインサイトを見出し、チーム全体にそれを迅速に伝え、また必要な行動を取ることを支援できるようになり、柔軟さに欠けるダッシュボード、使いづらい表計算、長々しいメールのやり取りなどを過去のものとししました」と述べています。

Adobe Marketing Cloud の実際の動作をビデオをご覧ください。

マーケティングの実務は変化のさなかにあり、マーケティング組織もそれに合わせて変化する必要があります。チームがインサイトを取得し、次に行うべき行動を決定するにあたっては何が求められるのでしょうか？この秘訣は、主要な意思決定者が状況を短時間のうちに把握し、リアルタイムで協議を行い、そして行動に移すことができるよう、組織のリーダーとマーケティング用コンテンツの開発および測定の担当者とは直接意見を交わすことにあります。アドビ システムズ社はソーシャルな要素を Adobe Marketing Cloud のメカニズムに組み込み、マーケティング部門、クリエイティブ部門、およびビジネスリーダーによる効率的な業務推進をはじめて可能にしました。

Adobe Marketing Cloud に組み込まれた新しい機能は以下の通りです。

- タッチ インターフェイス
企業でのタブレット使用が一般的となっており、オフィスを離れて行う重要な職務の効率を高めています。Adobe Marketing Cloudはこのトレンドを反映し、タッチベース、モバイルファーストのプラットフォームとして設計し直されました。
- Adobe Marketing Cloud Cards
共有ダイアログ機能を使うことにより、Adobe Marketing Cloud のどのソリューションのコンテンツやデータも共有可能な「カード」へと変えることができます。このコラボレーション機能ではカードに注釈やコメントを加えることができるため、キャンペーンに関わる全員が同じ情報を共有できます。
- Adobe Marketing Cloud Feed
フィードは共有されるカードを集めたものです。マーケティング部門の全員がこのフィードを通じて Adobe Marketing Cloud 内の自分が必要とする情報を一目で把握し、常に最新情報を得ることができます。
- Adobe Marketing Cloud Boards
ユーザーはボードを用意し、カードを収集、取りまとめることができます。カードと同様にボードも共有し、コメントを記入することができます。ボードはマーケティングチームにとって、協議や Adobe Marketing Cloud 内での活動内容を調整するための共通の基盤となります。
- Unified Login
Adobe Marketing Cloud を構成するソリューションへの共通のアクセスポイントが加わり、複数のユーザーエクスペリエンスを横断して、アクセス、ナビゲート、コラボレーションを行えるようになりました。
- Integrated Digital Asset Management (近く 提供予定)
統合された DAM システムにより、Adobe Marketing Cloud のすべてのソリューションにわたるデジタルアセットの保存、管理、および共有が可能になりました。デジタルアセットの検索、編集、注釈記入、およびアップロードに加え、フォルダーやキャンペーンごとにデジタルアセットを整理することができ、メタデータもすべてサポートされています。
- Campaign Setup Wizard (近く 提供予定)
キャンペーンを簡単に作成し、そのキャンペーンのタイトル、チーム、およびデジタルアセットの保存場所を指定できます。Adobe Creative Cloud ユーザーが招待された場合、そのユーザーの Creative Cloud アカウントはキャンペーンの Digital Asset Management フォルダーと自動的に同期されます。同期が自動的に行われ、また共有、コメント、および注釈機能が組み込まれているため、マーケティングチームのスタッフはクリエイティブ部門のチームと常に最新情報を共有することができ、またデジタルアセットが移動中に失われることもありません。

アダム アラマー (Adam Allamar)、Barclaycard US 社マーケティング担当バイスプレジデントは、「Adobe Marketing Cloud の新しい UI で、複雑で面倒な手間をかけずに重要なインサイトを取り出したり共有したりできるようになり、データを掘り下げて実際に起こっている状況を正確に把握し、適切なアクションを取るための意思決定を図ることができます。Adobe Marketing Cloud を利用できるようになり、当社のマーケティングチームの結束と連携が一層強まるものと大いに期待しています」と述べています。

クリストファー レイノルズ (Christopher Reynolds) Conde Nast 社マーケティングアナリティクス担当バイスプレジデントは、「当社では Web サイトやデジタルマガジンの製作に多くのチームが関わっており、重要なデータやインサイトのやり取りには、デジタル分析担当者以外でも使いやすい方法が必要です。Adobe Marketing Cloud のビジュアル化や共有、コラボレーションの新しい機能によって、こうした課題はすっきりと解消されます。これからはもう誰も、手入力で作成された図表や長いメールのやりとりをしたいとは思わないでしょう」と述べています。

Adobe Marketing Cloud について

デジタルマーケティング担当者が必要な全てがひとつになりました。それが Adobe Marketing Cloud です。Adobe Marketing Cloud は分析、ソーシャル、広告、ターゲティングと Web エクスペリエンスマネジメントの完全なソリューション群と、マーケティング担当者が自らのキャンペーン施策について知るべきすべての知見を得ることができる、ソーシャル対応の UI を含んでいます。これによりマーケティング担当者は、かつてなく迅速かつスマートに、行動に必要なインサイトをデータから得ることができます。

詳細は <http://www.adobe.com/jp/solutions/digital-marketing.html> からご覧ください。

アドビ システムズ社について

アドビ システムズ社は、世界を動かす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。

Adobe, the Adobe logo and Creative Cloud are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated, in the United States and/or other countries.

© 2013 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved.