



アドビ、Adobe Analytics の機能強化による 分析作業の簡略化を促進

異常検知機能、モバイル アプリケーション分析機能、リアルタイムレポート機能、データの可視化機能、動画計測機能などを大幅に強化し、
マーケターにとってより強力なソリューションへ

※本リリースは、10月15日に弊社米国本社から発表された発表文の抄訳です

【2013年10月16日】

米国イリノイ州シカゴ DMA Conference 発 (2013年10月15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) は本日、[Adobe Marketing Cloud](#) を構成するソリューションの一つである [Adobe Analytics](#) の異常検知機能、モバイルアプリケーション分析機能、リアルタイムレポート機能、データの可視化機能、動画計測機能などを強化および拡張し、マーケターやデータアナリストの業務を簡略化し、経営に影響を与える重要なインサイト (知見) を、より効果的に見出すことができるソリューションとして提供開始します。

アドビの Adobe Analytics および Adobe Social 担当バイスプレジデントのビル イングラム (Bill Ingram) は、「今日のマーケターには、マーケティング関連支出に対する費用対効果を高め続けることが求められています。Adobe Analytics に今回新たに加わった、異常検知機能やデータの可視化機能などは、マーケターがキャンペーンの有効性を把握し、それによってさらに優れた業績を達成することを支援します」と述べています。

新しく組み込まれた先進的な分析機能は以下の通りです。

予測分析機能 (異常検知機能)

新しい予測分析機能により、マーケターやデータアナリストは、従来トレンドの正常値から外れたデータ点を検出する、自動化された強力な異常検知機能を通じて重要なインサイト (知見) を迅速に得ることが可能になりました。PCだけでなくスマートフォンなどのモバイル端末など、さまざまな端末からサイトへのアクセスが増加している今日、マーケターやデータアナリストはこのようなインサイト (知見) を見逃してしまうことがあります。異常検知機能はマーケティングアナリストが行うのと同様の分析をより高速に行うため、事業に及ぼす影響をより迅速に検知することが可能です。これは Adobe Marketing Cloud インターフェイスおよび、Adobe Analytics iOS アプリケーションからも利用可能で、オープンな API を通じてカスタム マーケティング ダッシュボードに組み込むこともできます。

先進的なリアルタイムレポート機能

最新版の Adobe Analytics では、マーケター、編集者、およびビジネス ユーザーが、コンテンツ消費や、キャンペーンの成功、およびサイト上のコンバージョンを、それぞれの発生と同時に把握することのできるリアルタイムレポート機能が強化されました。マーケターは表示されるデータを最短で5秒ごとに更新し、詳細に把握できるようになりました。

データ可視化機能

マーケターはリアルタイムのデータ ストリームにフィルターを設定し、主要な指標を切り分けると共に、例えば小売業者で「その日の特別セール」が上手くいっているかどうか、あるいはサイトでオーダーが発生している時間帯などのインサイト（知見）が視覚的に把握できるようになりました。さらにリアルタイムレポートは、ニュース編集室やマーケティング部門の司令部門などでも利用できるよう、大画面 TV や大型モニターでの表示にも対応しました。

モバイルアナリティクス機能

アドビはモバイル Web とアプリケーションを通じて四半期あたり 4,000 億件を超えるトランザクションを測定しています。新しいモバイル アプリケーション ソフトウェア開発キット（SDK）を使用し、Adobe Analytics のモバイル アプリケーションにより収集されたデータのすべてを分析することができます。また新たに GPS 位置取得機能も加わり、マーケターは消費者がモバイル アプリケーションを使用した際の場所に基づき、位置情報ベースのコンテンツを提供することができるようになりました。

アプリ内コンバージョン分析機能

マーケターは、消費者がアプリケーション内で費やした時間や、アプリケーション内での行動などをコンバージョン関連指標に基づき、消費者が最初に商品を開覧してから購入などの重要な行動に至るまでのプロセスをより明確に理解できるようになりました。これはアプリケーションが提供するエクスペリエンス内でのボトルネックを特定し、その改善策を見出す際などに効果的です。

動画分析機能

動画分析機能もアップグレードされ、標準化された動画分析レポートおよび、測定機能を動画パブリッシャーに提供します。この新しい機能は「heartbeat」分析メカニズムを使って、コンテンツについては 10 秒ごと、広告については 5 秒ごとに消費者データを取得し、それらのデータを集約して Adobe Analytics に送信します。これにより、精細な時間軸に沿ったインサイト（知見）の提供を実現します。動画広告トラッキング機能は、コンテンツ配信と一体化され、コンテンツ提供者は、広告を挿入すべき最適なタイミング、表示すべき広告の数、および広告の最適な長さを理解し、視聴者が目にする広告量を最適化することができます。

Skullcandy の Web Analytics and Multi-Variate Testing 担当マネージャーであるベン ミーチャム (Ben Meacham) 氏は、「アドビはマーケターの業務をさらに簡略化し、アナリティクスによって ROI を改善するというイノベーションで企業を支援し続けています。今回新たに導入されたリアルタイムレポート機能を通じ、データからさらに迅速にかつ容易にインサイト（知見）を得られるようになったことで、より良い業績につなげられるようになります」と述べています。

提供予定

Adobe Analytics の新しい機能は今四半期の後半にお客様への提供を予定しています。

Adobe Marketing Cloud について

アドビは、デジタル イメージングやデジタル ドキュメントなどを含め、これまでもビジネスの各分野に変革をもたらしてきました。アドビのデジタルマーケティングソリューション「Adobe Marketing Cloud」には、分析、ソーシャル、広告管理、ターゲティング、エクスペリエンス管理、クロスチャネルキャンペーン管理といった包括的なソリューションと、リアルタイムのダッシュボード機能が含まれており、デジタルマーケティングを活用しビジネスを促進する際に欠かせない機能を提供します。これにより、よりすばやく、これまでになく効果的に、データから知見を得て、アクションへと繋げることが可能となります。

詳細は以下をご覧ください。

<http://www.adobe.com/jp/solutions/digital-marketing.html>

アドビ システムズ社について

アドビは、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, Analytics and Marketing 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.