



アドビ、「Adobe Product Analytics」でマーケティングと製品の顧客ジャーニーインサイトを統合し、製品分析の カテゴリーを再構築

- 新たな「Adobe Product Analytics」がプロダクトチームのための専用インサイトを Adobe Experience Cloud に直接提供
- マーケティングと製品インサイトを横断した単一の顧客ビューを提供
- 製品分析機能が顧客ジャーニー分析にネイティブに流れることで、チーム間のコラボレーションを支援

※当資料は、2023年3月21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。

【2023年3月22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、世界最大級のデジタルエクスペリエンスカンファレンス「Adobe Summit 2023」において、[Adobe Experience Cloud](#) に新たに「Adobe Product Analytics」を追加することを発表しました。本製品は、マーケティングと製品にまたがる顧客ジャーニーのインサイトを統合することで、製品アナリティクスのカテゴリーを再構築します。これにより、顧客体験において統一された顧客ビューを可能にし、組織全体のシームレスなコラボレーションと企業の成長を支援します。

「Product-Led Growth (プロダクト主導の成長)」は、製品発売後の迅速なフィードバック分析と機能改善の反復に依存するため、製品チームがマーケティング担当者と協力する必要性は近年ますます高まっています。製品チームとマーケティングチームが協力することで、より効果的な顧客エンゲージメント戦略、メッセージング、イネーブルメントコンテンツなどを作成し、最終的にブランドに対する顧客の評価を向上させることができます。

アドビで Adobe Experience Cloud プラットフォーム & プロダクト担当シニア バイス プレジデントを務めるアミット アフジャ (Amit Ahuja) は次のように述べています。「あらゆる分野で、企業はカスタマージャーニーのより包括的な把握を必要としており、それがプロダクト、マーケティング、顧客体験にまたがる分析領域の収束を促しています。当社は Adobe Experience Cloud の拡張を続けており、今回、『Adobe Product Analytics』を導入することで、オンラインとオフラインのタッチポイントを横断したインサイトを提供し、製品チームとマーケターがより緊密に連携できるようになります。」

アドビが製品チーム向けに提供する新しいサービスには、データアナリストやデータサイエンティストへのアドホックな依頼を減らすセルフサービス機能があり、作業時間を大幅に短縮することができます。また、顧客エンゲージメントのパターンや経時変化、ユーザーベースの成長、オーディエンス間の注目すべきトレンドに関するインサイトを提供します。Adobe Product Analytics の強力な機能により、製品エクスペリエンスの問題点が明らかになり、タイムリーな変更が可能になるとともに、将来の製品ロードマップの改善につなげることができます。お客様は、製品を迅速に最適化し、機能リリースの影響を測定して、他のチャネルでのエンゲージメントにどのような影響を与えるかを明らかにすることができます。

[Adobe Experience Platform](#) 上に構築された Adobe Product Analytics は、クロスチャネルのインサイトを統合し、エンゲージメントの機会や、消費者の障害となる場所を確認できるようにします。Adobe Journey Optimizer を活用することで、ペイドメディアなど他のタッチポイントからのインサイトに即座に対応し、ユーザーを新製品に誘導した要因を特定し、最終的にはよりターゲットを絞ったパーソナライズを推進することができます。

[Adobe Sensei GenAI](#) を搭載した Customer Journey Analytics の Intelligent Captions 機能により、データから得られるインサイトを企業は即座に知ることができるようになります。コホートテーブルやフォールアウトチャートなどを活用したデータから、インサイトのポイントを知ることによって理解を促進し、アクションに繋げることが可能になります。

ワーナー・ブラザース・ディスカバリーのグローバル製品アナリティクス担当シニア プレジデントであるリンジー ウィーバー (Lindsey Weaver) 氏は次のように述べています。「Adobe Product Analytics の新機能により、当社の製品チームはチームを超えて協力しながら当サービスの加入者についての高度なインサイトを得られるようになります。カス

タマージャーニーを包括的に把握することにより、加入者についての理解が深まり、当社のすべてのストーリーミング製品で顧客体験を向上させることができます。」

OTTO (GmbH & Co KG) の E コマース アナリティクス責任者であるアンドレアス シュトゥート (Andreas Stuht) 氏は次のように述べています。「Adobe Customer Journey Analytics のユーザーとして、製品チームとアナリストが一緒になって、タッチポイントの開発と最適化に対するデータ主導型のアプローチを強化できることを大変楽しみにしています。E コマースにおけるリーダーシップを高める中、当社は Customer Journey Analytics を通じて価値あるインサイトを得ることができ、これらの新機能がより統合された形で当社のビジネスを支援してくれるものと確信しています。」

■ 「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。

© 2023 Adobe Inc. All rights reserved. Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.