

サブスクリプションの先駆者として “お客様をハッピーにする” データドリブンを実践

「Adobe Experience CloudとAdobe Creative Cloudは、アドビの
プロダクトであると同時に当社自身の成長のための礎になっています」

デジタルメディア事業統括本部 営業戦略本部 執行役員 本部長 西山 正一

掲載ソリューション

- Adobe Experience Cloud
- Adobe Creative Cloud

本記事のポイント

パッケージから サブスクリプションへ移行

機能が固定されず、常に最新の機能を
提供できるビジネスモデルに



DDOMにより 最適な顧客体験を提供

さまざまなデータを分析できるプラット
フォームで顧客体験を最適化



オープンなダッシュボードで リアルタイムにデータ参照

個別で管理していた各国・部門のデータ
を一元管理し可視化



Adobe XDでスピーディな コンテンツ制作を実現

さまざまなUI/UXデザインをクラウド上
で編集・共有できる



デジタルメディア事業統括本部
営業戦略本部 執行役員 本部長
西山 正一

2012年に、パッケージ販売からサブスクリプションへと移行したアドビのプロダクト。この大きな転換の背景には、時流に合わせた最新のソリューションを提供し、顧客体験を最大化するという思いがありました。その実現のため、アドビが用いているのはAdobe Experience Cloudをはじめとする自らのプロダクトです。データドリブンなビジネスを展開し今後も成長を続けるための、自社製品活用についてご紹介します。

データドリブンで得たインサイトをもとに“お客様へハッピーを提供する”

アドビでは、PhotoshopやIllustratorなどのクリエイティブツール、Acrobatなどのドキュメント編集・管理ツールに加え、Adobe Experience Cloudのような、蓄積したマーケティングデータをもとに顧客体験を提供するためのソリューションも提供しています。当社自身も、自らのビジネスをデジタル化し変革する過程で、このAdobe Experience Cloudに支えられてきました。

2012年、アドビはプロダクトのパッケージ販売から、クラウドを活用したサブスクリプションモデルへと大きくビジネスの舵を切りました。それは、製品のライフサイクルを超えるスピードで進化するテクノロジーに瞬時に対応し、顧客へ常に最新の機能を提供し続けるためです。このサブスクリプションモデルによって、機能が固定される売り切りのパッケージ販売とは異なり、アップデートによる継続的な機能提供が可能になりました。

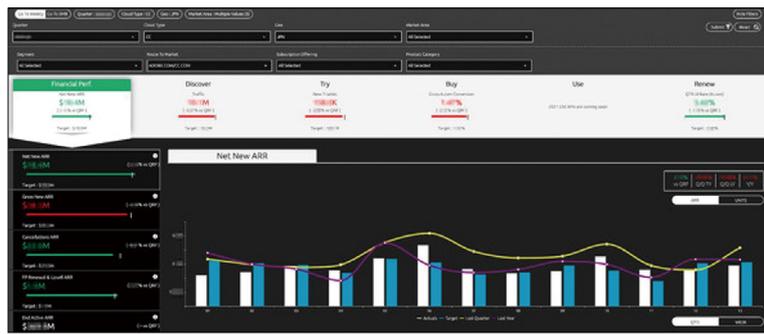
「しかし、パッケージとサブスクリプションの収益を年間で比較すると、顧客単価は大きく下がってしまいます。一方でビジネスが軌道に乗れば、継続的な収益が望めるのがサブスクリプションモデルのメリットです。そのためには、お客様に製品を使い続けていただかなくてはなりません。では、どうすれば使い続けてもらえるのか。その答えは“お客様にハッピーになっていただく”こと以外にあり得ません」（デジタルメディア事業統括本部 営業戦略本部 執行役員 本部長 西山 正一）

その実現のために実践したのが、データに基づいて意思決定し行動できるフレームワークである、DDOM



2012年より、アドビはプロダクト販売をパッケージからサブスクリプションへ転換。日々進化するテクノロジーに対応し、最新のサービスを顧客へと提供するビジネスモデルへ

(Data Driven Operating Model) です。DDOMは、カスタマージャーニーを「Discover (知る)」「Try (体験する)」「Buy (契約する)」「Use (使う)」「Renew (更新する)」の5つのフェーズに分割。その課程で得たインサイトをもとに顧客体験を作り上げ、ビジネスを展開しています。



DDOMのもと、オープンなダッシュボードであらゆるデータを収集。最適な顧客体験実現のためにデータ分析・可視化を行う

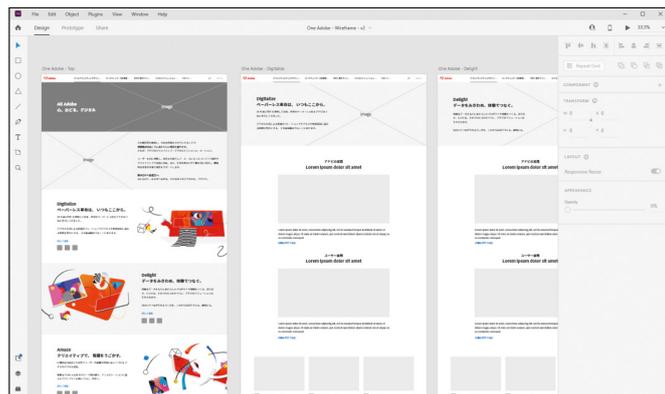
「データ分析にあたっては当初、各国・部門が個別にデータを収集していました。しかし、オンラインマーケティングソリューションを手がけるオムニチュア社の買収を経て、リサーチや広告、Webなどあらゆるパフォーマンスをデータとして取り込み、可視化できるプラットフォームを整備。ステークホルダー全員が、オープンなダッシュボードでさまざまなデータをリアルタイムに参照できる環境が実現されました」(西山)

また、その後もデータ分析に必要な機能をブラッシュアップし続けており、現在は当社のみならず、Adobe Experience Cloudを通じて多くの企業にデータ分析サービスを提供しています。

自社プロダクトの活用でアドビ自身の成長と最適な顧客体験を実現

アドビでは、DDOMの各フェーズにKPIを定め、顧客のアクションを徹底して分析して、得られたインサイトをもとに顧客体験を作り上げています。

「すべてのフェーズでKPIが達成できていることは、つまりお客様がハッピーな状態です。近年は「Use (使う)」フェーズの重要性が増しており、お客様により満足して製品を使っていただくためには、自らがどのようなコンテンツを作り、届けるべきか、日々試行錯誤を重ねています。このコンテンツ制作において、重要な役割を果たしているのがAdobe Creative Cloudです。オンラインで多くのコンテンツを展開するアドビにとって、UI/UXのプロトタイプングを議論しながら、その場で作り上げていくことのできるAdobe XDは、特に欠かせないツールとなっています」(西山)



さまざまなUI/UXのデザインツールであるAdobe XD。クラウド上で共同閲覧・編集が可能で、よりスピーディなコンテンツ制作を実現

顧客体験を最適化するAdobe Experience Cloud、そしてコンテンツを創造するためのAdobe Creative Cloudは、アドビのプロダクトであると同時にアドビ自身の成長のための礎になっています。これからも、DDOMのもと“お客様にハッピーになっていただく”ため、自社プロダクトとともに歩み続けます。



アドビ株式会社
〒141-0032 東京都品川区大崎1-11-2
ゲートシティ大崎イーストタワー
www.adobe.com/jp/

Adobe
345 Park Avenue
San Jose, CA 95110-2704
USA
www.adobe.com