



【解説CXMシリーズ】

チャンネルを問わない カスタマージャーニー分析

データをビジネス価値に変える顧客理解

アドビ CXM(顧客体験管理)ガイド



はじめに

CXM（顧客体験管理）の本質は、顧客を理解し、顧客に応えることです。顧客を理解するうえで重要なのが、データの分析、アナリティクスです。このCXMガイドは、カスタマージャーニー理解に不可欠なデータ分析について解説します。

今日、消費者ニーズの個別化、顧客接点の多様化が進んだことで、企業から見たカスタマージャーニーも複雑化しました。顧客が商品やサービスを認知し、購入、リピート顧客となるまでに辿る道のりを、顧客はどのように感じ、どう進むのでしょうか。それを把握するのは困難なため、顧客体験をビジネスの原動力とすべき現代の企業にとって、重大な課題となっています。

たとえば、架空の全国展開しているコーヒーショップチェーンを想定して、カスタマージャーニーの現状を見てみましょう。

過去には、顧客関係を構築し、より多くの売上を獲得する方法として、実店舗におけるポイントカードやクーポン券の活用が機能した時代がありました。この場合、顧客接点はオフラインに限られ、カスタマージャーニーも非常にシンプルです。

しかし、その様相は一変しました。今日の企業は、自社サイトでさまざまな情報を発信し、人々の興味を喚起して、最寄りの実店舗に誘導しています。モバイルアプリがポイントカードやクーポン券の役割を担うようになり、電子メールやモバイル通知を通じて、さまざまなオファーを提供することも当たり前になっています。顧客接点はオフラインとオンラインを横断し、融合し、もはや区別すべきでなくなりました。さらに、新しい接点が常に加わり、その数は増え続けています。カスタマージャーニーは複雑化する一方です。



また顧客は、企業の都合で提供される画一的なオファーなどには反応を示さなくなってきました。顧客がよく購入しているコーヒーの種類やサイズの割引クーポンを送るなど、好みや習慣を把握したうえで、相手に応じたオファーを提供しなくてはなりません。また例えば、コーヒーショップの近くを通った際にタイミングよく送られてくれば、利用する可能性が高まるでしょう。

顧客の期待に沿った施策を実現するには、顧客理解が不可欠です。そして顧客理解は、データの収集と分析によって実現できます。収集できるデータソースは、web上の行動履歴、ロイヤルティプログラムの情報、実店舗における購買履歴など、あらゆるチャネルやシステムが想定できます。そのままではデータは分散しているので、データをつなぎ合わせ、複雑なカスタマージャーニーを的確に把握する必要があります。これを実現できれば、顧客一人ひとりに合わせてパーソナライズされた体験を提供するという、あるべき姿の具現化の道が拓けるでしょう。

こうした背景から、アドビは、CXMに特化したデータ基盤であるAdobe Experience Platformと、先進の分析アプリケーションであるAdobe Analyticsから、複雑化したカスタマージャーニーを把握するため高度な分析アプリケーション、Adobe Customer Journey Analyticsを開発しました。

複雑なカスタマージャーニー全体を可視化し、的確に顧客を導くため、Adobe Customer Journey Analyticsがどのように役立つのかを解説します。



オムニチャネルデータを統合分析

従来の分析ツールは、顧客の使った「デバイス」を単位として、企業サイトへの訪問を計測していました。分析の単位は「人」ではなかったのです。そのため、カスタマージャーニー全体を把握することはできませんでした。

しかし、それは過去の話です。任意のチャネルにおいて、デバイスの向こうにいる「人」をリアルタイムに判別し、チャネルを横断する複雑な行動を分析することのできる、Adobe Customer Journey Analyticsが登場しました。これにより、総合的に顧客接点を把握し、改善することができます。次に、Adobe Customer Journey Analyticsがなぜカスタマージャーニーを分析できるのか、5つの特長を解説します。

特長1. 顧客データをつなぎ合わせる

Adobe Customer Journey Analyticsは、オンライン、オフラインを問わず顧客行動を把握するために、例として次のようなシステムやチャネルを横断して結合します。

- ・ CRM (顧客関係管理) システム
- ・ CMS (コンテンツ管理システム)
- ・ オフラインチャネル (例: コールセンター、POS)
- ・ webブラウザ
- ・ ソーシャルメディアアカウント
- ・ モバイルアプリ

こうしたデータを人を軸にして結合すると、一人ひとりのカスタマージャーニーがどのような道程だったのかを把握できます。これによってたとえば、購入に至った要因、離脱した要因、といったことを発見できます。

さらに、分析で得たインサイトを関係部門と共有すれば、起きていることをより迅速に把握、的確に対応し、部門間の連携を高めることができます。

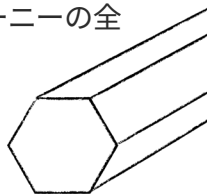
特長2. デバイスをまたいで顧客を把握する

Adobe Customer Journey Analyticsは、ファーストパーティIDを利用します。このIDにより、相手がデバイス間を移動しても、把握できます。ファーストパーティIDは、氏名、ログインID、電子メールアドレス、電話番号など、顧客の許諾を得て入手した情報から構成されます。顧客との信頼関係を前提に、顧客情報を共有してもらうことで、カスタマージャーニーの全体像を把握し、顧客体験の改善として報いることができます。

マーケターは、カスタマージャーニーの全体像を正確に把握することで、それをもとにさまざまな施策を調整することができます。たとえば、顧客がタブレットで小売企業のサイトにアクセスし、水着を閲覧したことを把握したら、小売企業はその情報をもとに、相手が別のデバイスを利用した際のエクスペリエンスをカスタマイズできます。PCからアクセスした際に、閲覧していた水着をトップページに表示する、実店舗の近くを通りがかった際に、その水着に関連するオファーをモバイルに送信する、といった具合です。

特長3. デバイスではなく顧客を識別する

誰もが1台ずつデバイスを所有しているとは限りません。複数の人が1台のデバイスを共有している場合も考えられます。それを見落としてしまうと、複数のカスタマージャーニーをひとつのカスタマージャーニーとして誤認してしまい、カスタマージャーニーの全体像を正確に把握することができません。



Adobe Customer Journey Analyticsのイベント結合機能は、同じデバイス上での複数の人の行動を識別し、一人ひとりの行動履歴として割り当てることができます。これにより、デバイスを共有していても人を混同することなく、一人ひとりを単位として、その行動を分析することができます。

特長4. カスタマージャーニーの各段階を可視化する

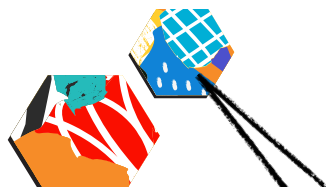
Adobe Customer Journey Analyticsは、自社のデジタル体験に対する顧客の詳細な反応の把握を実現します。カスタマージャーニーの各段階における顧客の行動や反応から、デジタル施策の効果をリアルタイムで把握し、必要に応じて調整できます。

デバイスではなく、デバイスを使用している人を対象として、あらゆるインタラクションを的確に可視化します。これらの作業は、データサイエンティストに依頼することなく、マーケター自身で実施できます。

複数のシステムから収集したデータを組み合わせることで、さまざまなデバイスを横断して顧客を把握し、個々のインタラクションの成果や影響を把握できるようになります。

特長5. 個々のインタラクションの成果を測定する

これまで、どのインタラクションがwebページの閲覧、クリック、購入を促進し、売上にどのように貢献しているのかを把握するのは容易なことではありませんでした。さらに、新たなデバイスが次々と出現しているため、売上への貢献度を測る方法は複雑化の一途をたどっています。



Adobe Customer Journey Analyticsでは、オンラインとオフラインを問わず、コンバージョンに影響を与えるあらゆるインタラクションを分析し、的確な評価を下すことができます。

“

重要なことは、売上や収益の増加に貢献しているインタラクションを明らかにすることです。それこそが、Adobe Customer Journey Analyticsを必要とする理由です。オンラインかオフラインかを問わず、見込み客のジャーニーを把握し、マーケティング施策の成果を判断できるからです。

Eric Matisoff

アドビ、分析およびデータサイエンス担当エバンジェリスト



アドビがお役に立ちます

Adobe Customer Journey Analyticsは、アドビの先進的なCXM基盤であるAdobe Experience Platformの上に構築された、クロスチャネルのカスタマージャーニーに対応したデータ分析アプリケーションです。

オンライン、オフラインを問わず、さまざまなチャネルから収集した顧客行動に関するデータを集約し、リアルタイムで分析、視覚化できます。今日の複雑なカスタマージャーニー全体を把握し、強化するために大きな力を発揮します。

Adobe Customer Journey Analyticsが、自社のビジネスの成長にどのように役立つのかをご確認ください。

[さらに詳しく](#)



www.gartner.com/en/documents/3994800/market-guide-for-customer-journey-analytics

www.forrester.com/report/come-together-right-now-to-drive-the-right-insights-to-the-right-experiences/RES143255

