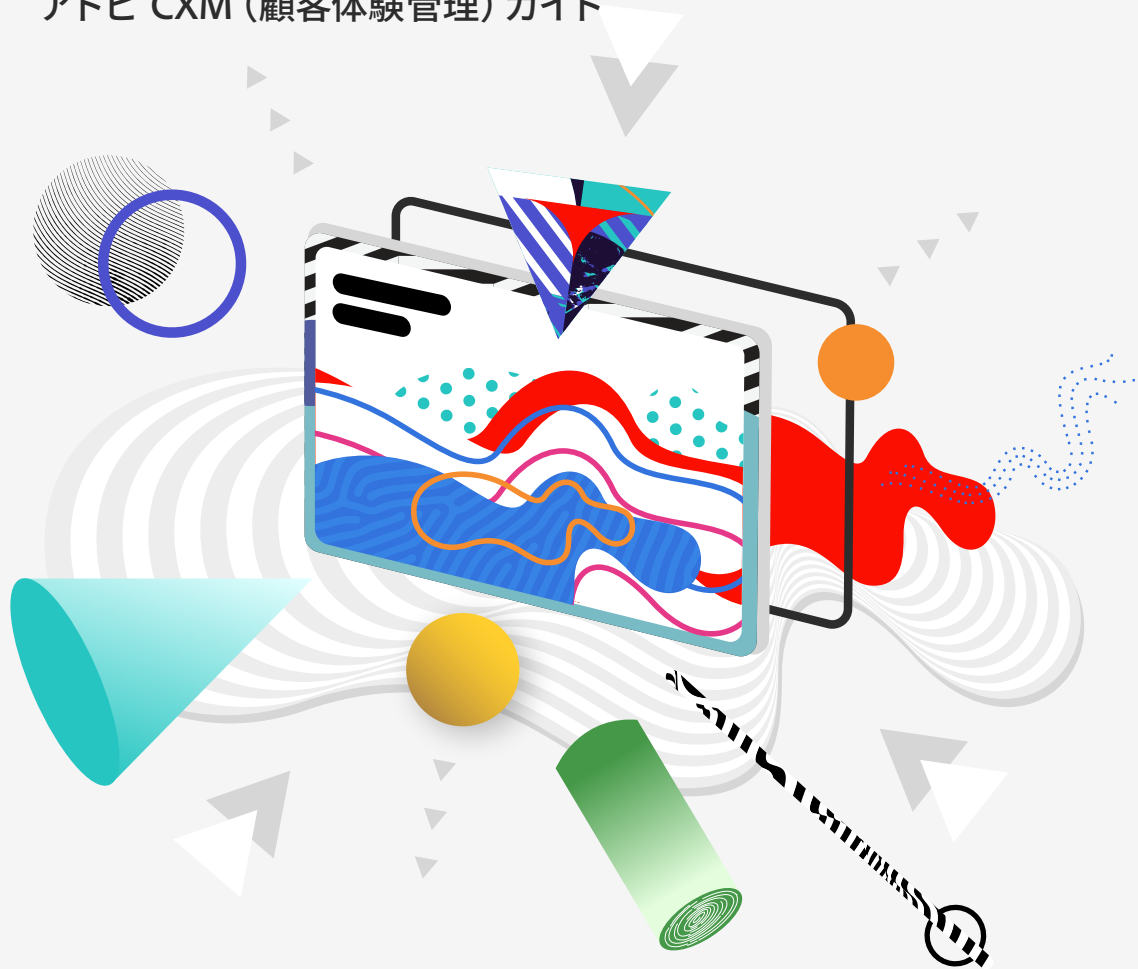




CMS導入に向けた 検討事項

ビジネス価値を引き出す
Adobe Experience Managerの
効果的な導入手順

アドビ CXM (顧客体験管理) ガイド



CMSによる業務効率化

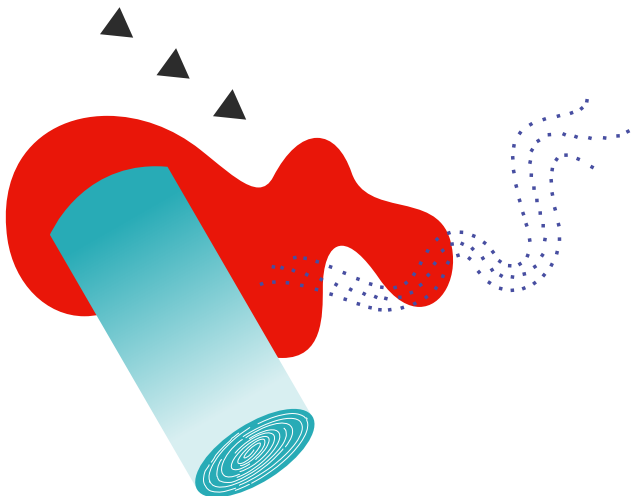
デジタル変革を促進し、優れた体験の提供に要する時間を短縮するために、デジタル基盤を活用しましょう。豊富な経験を持つアドビの知見と、ダイナミックで先進的、かつ生産性向上に役立つCMSが役立ちます。

世界中の数千もの企業が、Adobe Experience Managerで以下を実現しています。

- ・ コンテンツ配信を高速化
- ・ チャンネル全体でパーソナライズされた体験を構築
- ・ クリエイティブソフトウェアとマーケティングソフトウェアを単一の基盤に統合
- ・ デジタルアセットの価値を最大化
- ・ データインサイトとマシンラーニング（機械学習）を利用して、カスタマージャーニーを構築、改善
- ・ 俊敏性と拡張性を高めるクラウドで、信頼性と安全性を向上

“「Adobe Experience Managerにより、1週間かかっていた作業を20分で完了できるようになりました。市場のニーズに応じた変更を管理できるようになり、チームの業務スピードも大幅に向上しました」

Kamran Shah氏 (Silicon Labs、
コーポレートマーケティングディレクター)



目次

最小のコストで最大の価値を	4
ビジネス要件の評価	5
必要な機能と製品選択	6
運用方法に応じたROIの見積もり	8
アドビのDigital Foundation Blueprintの活用	9
次のステップ	10



最小のコストで最大の価値を

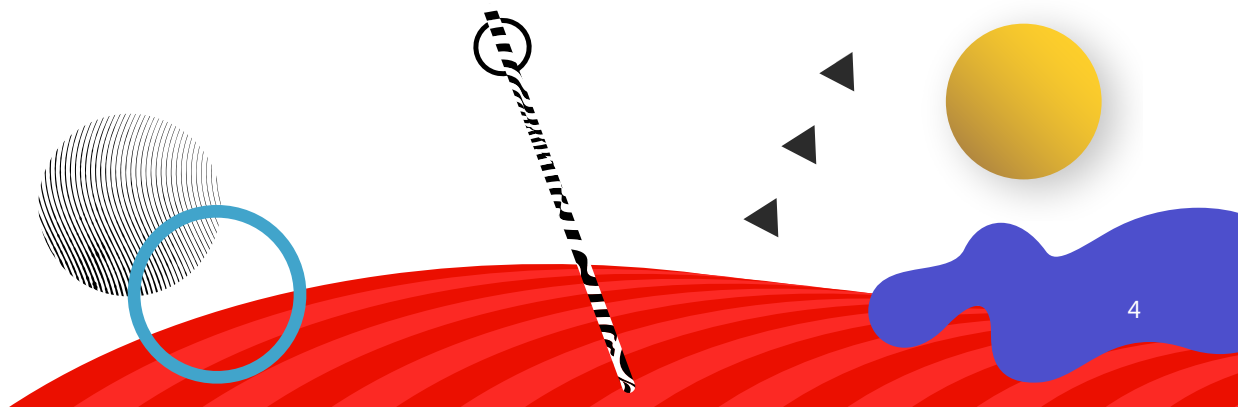
デジタル化が進む今日、ビジネスを成功させるためには、優れたデジタル基盤が不可欠です。ある調査によれば、Adobe Experience Managerをデジタル基盤として採用すると、コンテンツ制作を47%高速化、デジタルエクスペリエンスチームの生産性を29%向上、新規webサイトの立ち上げに要する時間を66%短縮できます。また導入後の3年間平均で、DAM (デジタルアセット管理) のAdobe Experience Manager Assetsでは366%、CMS (コンテンツ管理システム) のAdobe Experience Manager Sitesでは348%と、高いROIを達成できることも明らかになっています。

しかし、そうしたAdobe Experience Managerのメリットを最大限に生かすには、適切に導入する必要があります。システムの開発や改良に時間と手間をかけるのではなく、できる限り迅速に価値を創出することが理想です。関係者が誰も求めている能力を優先するようなことがあれば、導入が遅れてしまいます。価値実現までの時間を短縮するには、必要な機能を選定することが重要です。

アドビはこれまで、数千もの企業のデジタル変革を支援してきました。その経験から、価値創出までの時間を短縮し、ROIを最大化するためには、次の要件を満たす必要があることを見出しました。

- ビジネス要件を評価する
- ビジネス要件に最適な製品 (Adobe Experience Manager Assets、Adobe Experience Manager Sites、その両方) を選択する
- Adobe Experience Manager Assets、Adobe Experience Manager Sites、またはその両方を導入した場合の潜在的なROIとTCO (総所有コスト) を把握する
- 90日以内の価値創出を支援する、アドビのDigital Foundation Blueprint (ベストプラクティス) を利用する
- 俊敏性、拡張性、信頼性、セキュリティの向上に有利な、クラウドを利用する

このCXMガイドでは、これらの要件を満たし、Adobe Experience Managerを効果的に導入し、ビジネスを成功に導く方法を解説します。



ビジネス要件の評価

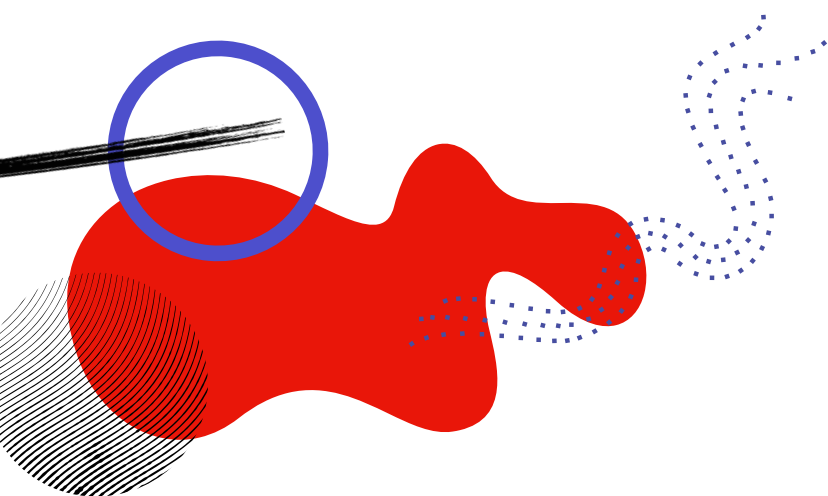
まず、Adobe Experience Managerを導入することで何を実現したいのかを明確にしましょう。次に例を示します。

- ・ 顧客体験を改善し、コンバージョン率を向上したい
- ・ 新市場への参入や社会的出来事への適応のため、コンテンツを迅速に制作する能力を強化したい
- ・ コンテンツの制作、配信、管理に関連するコストを削減したい

次の質問に回答し、自社のニーズを評価しましょう。

- ・ 必要に応じ、新規サイトをすばやく立ち上げることができるか？
- ・ webサイトを日次、週次、月次で更新できるか？
- ・ webサイトの立ち上げと更新は、想定よりもコストがかかっているか？
- ・ webページを制作するのに時間がかかり過ぎていないか？
- ・ 異なる市場セグメントのさまざまな顧客に、独自のパーソナライズされた体験を提供できるか？
- ・ 動画やPDFドキュメントなどのコンテンツアセットの制作に時間がかかり過ぎていないか？
- ・ クリエイティブ部門、マーケティング部門、社外の制作会社は、効率的に連携しているか？
- ・ チャンネルごとに異なるバージョンのコンテンツをすばやく制作できるか？
- ・ 新しいコンテンツを複数のチャンネルに効率的に配信できるか？
- ・ 必要なアセットを容易に見つけることができるか？
- ・ コンテンツアセットのパフォーマンスを把握できているか？

これらの質問に答えることで、自社の課題、ニーズ、目標をしっかりと把握できるようになります。また、この自社分析情報は、Adobe Experience Managerの導入検討において、自社に不可欠な能力と、あると有用な能力を分類するのに役立ちます。



必要な機能と製品選択

ビジネス目標を明確にしたら、その達成に必要な製品を選定します。たとえば、目標のひとつが新しいコンテンツアセットを制作するための平均コストを削減することである場合、コンテンツ制作ワークフローを自動化する必要があります。新規サイトの立ち上げを迅速化したい場合は、技術的知識のない担当者がwebページを容易に制作できるようにしなければなりません。オムニチャネルで連携してエンゲージメントを向上させたい場合は、適切なコンテンツをさまざまなチャネル（IoT、モバイルアプリ、マーケットプレイスなど）に提供する能力が必要になります。

目標に応じて、アセット管理能力、コンテンツ管理能力、またはその両方が必要になる場合があります。コンテンツ管理とは、通常、自社サイトや外部サイトに向けた、HTMLコンテンツの制作および公開を意味します。一方、アセット管理とは、それ以外のあらゆる種類のコンテンツ（PDFドキュメント、画像、動画、広告など）の制作、管理、多様なチャネルへの配信を指します。

Adobe Experience Managerは、アセット管理とコンテンツ管理の両方の能力を備えています。

- ・ **Adobe Experience Manager Assets**はモダンなDAMであり、アイデアの立案や制作から、広告、モバイルアプリ、IoT、自社サイトなど、さまざまなチャネルに向けた配信に至るまで、制作したあらゆるデジタルアセット（PDF、動画、画像など）を管理できます
- ・ **Adobe Experience Manager Sites**は、先進的なCMSであり、webコンテンツをより迅速に制作し、さまざまなチャネルに合わせて調整して、適切なオーディエンスに提供できます

これらのAdobe Experience Manager製品は、シームレスに連携します。たとえば、新しい動画の制作をAdobe Experience Manager Assetsで管理し、その動画をさまざまなチャネル（モバイルアプリ、店頭キオスク、ソーシャルメディアなど）に向け、Adobe Experience Manager Sitesで配信する、といった具合です。コンテンツ制作者は、Adobe Experience Manager Assetsに保管されているさまざまなアセットを、Adobe Experience Manager Sitesで構築しているwebページに組み込むことができます。それぞれの機能と導入のメリットを、次の表でご確認ください。

機能	導入のメリット	Adobe Experience Manager Sites	Adobe Experience Manager Assets
<u>すぐに利用できるコンポーネントとWYSIWYGエディター</u>	コーディング不要でwebページをすばやく制作	✓	
<u>レスポンスwebデザイン</u>	PCとモバイルの両方に優れた体験を提供	✓	
<u>再利用可能なコンテンツとエクスペリエンス</u>	新しいコンテンツとエクスペリエンスをすばやく構築	✓	
<u>使いやすいwebテンプレートエディター</u>	コーディング不要で、新しいタイプのwebページをすばやく追加	✓	

機能	導入のメリット	Adobe Experience Manager Sites	Adobe Experience Manager Assets
<u>Cloud Manager</u>	サイト管理を簡素化	✓	
<u>複数サイトの一元管理</u>	サイト、ブランド、製品などのポートフォリオを容易に管理	✓	
<u>webサイトのプロジェクトワークフロー</u>	webサイトの立ち上げと更新を高速化	✓	
<u>webページのバージョン管理</u>	レビュー済みの適切なコンテンツを公開	✓	
<u>サービスとしてのコンテンツ</u>	外部アプリケーションにコンテンツを容易に配信	✓	
<u>ルールベースターゲティング</u>	見込客の行動をもとに、最適なコンテンツをすばやく提供	✓	
<u>ターゲティングインサイト</u>	最も効果を発揮しているコンテンツを把握	✓	
<u>アセットのチェックアウト</u>	バージョン管理のためにアセットをロックして編集		✓
<u>デジタルアセット管理ワークフロー</u>	効率的なワークフローを定義し、アセットの公開を迅速化		✓
<u>アセットコレクション</u>	テーマに応じてアセットグループを容易に作成、共有		✓
<u>アセットインサイト</u>	複雑なレポートを作成することなく、最も効果的なアセットを把握		✓
<u>アセットのバージョン履歴</u>	各アセットのあらゆるバージョンの監査証跡を維持		✓
<u>ダイナミックメディア</u>	顧客を魅了するデジタル体験を管理、提供		✓
<u>堅牢な動画サポート</u>	帯域幅とデバイスに合わせて適切な動画を配信し、パフォーマンスを最大化		✓
<u>デジタルアセット検索</u>	アセット検索にかかる時間を削減		✓
<u>スマートタグ</u>	アセットのタグ付けを自動化し、制作プロセスを合理化		✓
<u>Adobe Asset Link</u>	マーケターとクリエイターの共同作業を強化し、生産性を向上		✓

運用方法に応じたROIの見積もり

CMSの導入にあたり、Adobe Experience Manager Assets、Adobe Experience Manager Sites、その両方のいずれの場合でも、導入前にROIを見積もりましょう。ROIは通常、特定の期間(1年、3年、5年など)に推定される成果を算出します。TCOは、投資期間中のすべてのコストを算出します。

ROIの「成果」の部分の推定するには、Adobe Experience Manager AssetsとAdobe Experience Manager Sitesへの投資が、どれほど売上向上や運用コスト削減につながるのか、を検討します。その例を次に示します。

- ・ **新しいwebサイトの収益化までに要する時間をXヶ月またはX日短縮:** Adobe Experience Managerを導入したことで、webサイトの開設に要する時間が30日短縮された場合、1日あたりの平均売上×30日の売上を上げたことになります
- ・ **コンテンツ制作コストを年間Xドル削減**
- ・ **webサイトのトラフィックがX%増加:** トラフィックのコンバージョン率が通常どおりであると仮定すると、1ヶ月あたりの新規訪問者数×コンバージョン率×平均注文額で売上を見積もることができます
- ・ **コンバージョン率または平均注文額がX%向上**

Adobe Experience Managerへの投資コストを見積もるには、以下を考慮する必要があります。

- ・ Adobe Experience Managerのサブスクリプションコスト、あればサードパーティ製追加機能のコスト
- ・ 開発コスト (内製ITコスト、外部パートナー)
- ・ サポートおよび保守コスト
- ・ システム統合コスト
- ・ (ホスティングの場合) 基盤コスト
- ・ (オンプレミスで運用する場合) 設備コスト

これらのコストをもとに、TCOを見積もることもできます。新しい情報や要件に変更があった場合、ROIとTCOの見積もりは更新する必要があります。



アドビのDigital Foundation Blueprintの活用

アドビのDigital Foundation Blueprintは、Adobe Experience Managerをローコードで実装し、価値を迅速に引き出して、必要とするシステムを容易に構築するのに役立ちます。数千もの企業を支援してきたアドビの経験にもとづくDigital Foundation Blueprintには、次のようなメリットがあります。

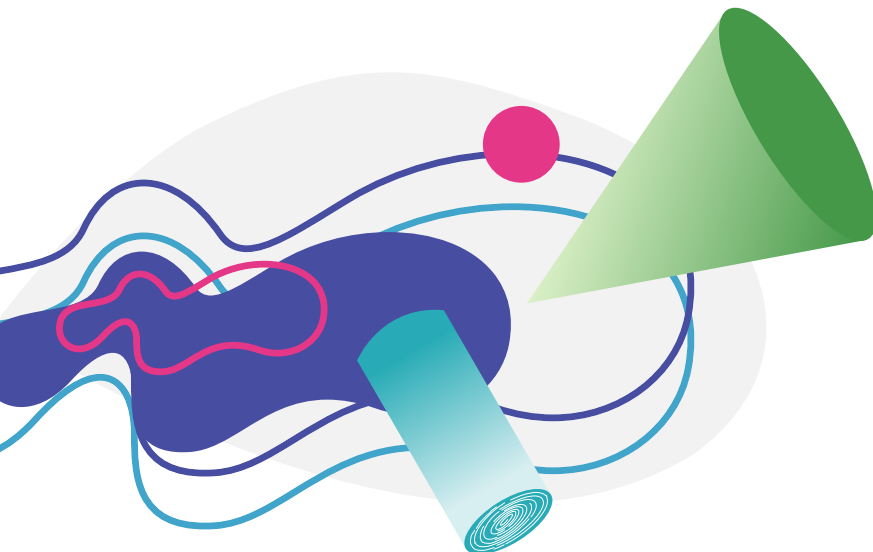
- ・ Adobe Experience Managerの実装から検証準備まで、わずか90日以内に完了します。ビジネスユーザー（クリエイティブ部門やマーケティング部門）から、有意義なフィードバックをすばやく獲得できます
- ・ 効率的かつ反復的な方法で、UIと主要な機能を調整できます

この開発手法は、単純なものから複雑なものまで、ほぼあらゆるタイプの実装に適用できます。アジャイル開発の原則にもとづき、価値実現までの時間を最小限に抑えるために、迅速かつ反復的なプロセスを重視しています。さらに、Digital Foundation Blueprintに準ずることで、常にCloud Managerのテストに合格し、コードの品質を維持できます。

選択するサードパーティのソリューションパートナーは、Digital Foundation Blueprintに関して、十分な知見を有している必要があります。アドビでは、Adobe Experience Managerを自社で実装したい企業、実装方法を評価したい企業のために、豊富な資料を用意しています。その一例を次に示します。

- ・ [Adobe Experience Manager導入ガイド](#)
- ・ [Adobe Experience Manager管理ガイド](#)
- ・ [コアコンポーネントガイド](#)
- ・ [Adobe Experience Manager as a Cloud Service ドキュメント](#)

一部の大規模な企業では、特殊な実装要件に対応するため、よりカスタマイズされたコード重視のアプローチが不可欠となるかもしれません。その場合、アドビのコンサルタントはソリューションパートナーと連携し、ビジネス目標を達成するためのカスタムプランの作成を支援します。



次のステップ

自社の目標と適用法を把握していれば、Adobe Experience Managerの実装は、それほど難しくありません。実際、Adobe Experience Managerを導入している企業の80%が、Digital Foundation Blueprintを利用して、90日以内に運用を開始しています。また、Adobe Experience Managerは優れた柔軟性を備え、大規模な企業の厳格な要件にも対応できます。

Adobe Experience Managerの導入を具体的に検討されるようでしたら、アドビの担当者にご連絡ください。また、オンラインでもさまざまな資料をご確認いただけます。

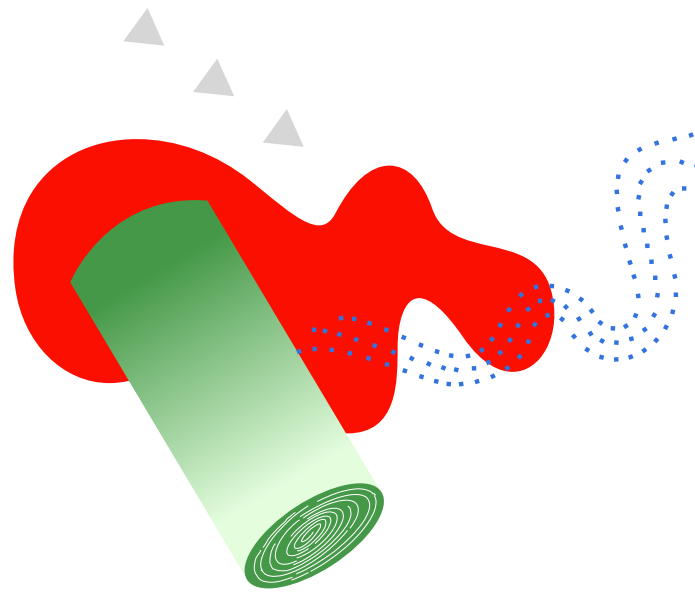
関連リソース

[製品ドキュメント](#)

[チュートリアル](#)

[ユーザー事例 \(Adobe Experience Manager Sites\)](#)

[ユーザー事例 \(Adobe Experience Manager Assets\)](#)



出典

- 1 「The Business Value of Adobe Experience Manager Assets (Adobe Experience Manager Assetsのビジネス価値)」、Matthew Marden／Melissa Webster、IDC (2018年2月)
- 2 「The Business Value of Adobe Experience Manager Sites (Adobe Experience Manager Sitesのビジネス価値)」、Matthew Marden／Melissa Webster、IDC (2018年2月)