



最適なデジタルアセット 管理製品の選び方

今日のコンテンツ需要に対応するためのDAM製品の能力とは？

マーケターは、日々、顧客満足度を高める方法を模索しています。この困難な課題は、社会のデジタル化が進み、人々や企業が働き方、暮らし方、買い物の方法に新たな視点を得たことで、ますます複雑さを増しています。

アドビのDigital Trendsレポートによると、顧客体験担当者の82%が、自社のカスタマージャーニーに変化が生じたことを認識しています。進化する基準に対応するため、企業はわずか数ヶ月で、平均7年分にも相当するデジタル化の推進を余儀なくされました。同様に、企業はカスタマイズされた体験への期待の高まりに対応するために、予測していた20倍から25倍の速さで取り組んでいると回答しています。

そうした変化に対応するのに役立つのが、DAM（デジタルアセット管理）製品です。DAMは、単一の基盤でコンテンツを制作およびカスタマイズできるインテリジェントなコンテンツ基盤です。DAMを利用することで、大規模なパーソナライゼーションを実現するのに必要な数十万ものデジタルアセットを、容易に扱うことができます。

優れたDAMが組織をひとつに繋ぐ

優れたマーケターは、部門の壁を越えて活動します。しかし、他の部門と連携しようと考えても、情報を共有する方法があるとは限りません。それにより、営業担当者がマーケティングやクリエイティブに関する最新情報を見つけることができず、古い情報を掲載した電子メールを見込客に送信するようなことが起きます。迅速に情報を共有できないようでは、ブランド体験の一貫性が欠け、顧客の期待に応えるやり取りをおこなうことはできません。こうした状況からは、早急に脱却する必要があります。

人間の脳がどのように機能しているか考えてみましょう。右脳と左脳は概ね独立して機能しますが、脳梁と呼ばれる神経線維の束でつながれ、シームレスにやり取りしています。それと同様に、一般的なDAMは、マーケティング、クリエイティブ、セールスが連携し、マーケティング施策を実施するのに役立ちます。さらに、より優れたモダンなDAMでは、法務や財務などの管理部門にも連携範囲を広げ、あらゆる関係者が重要なアセットを容易に利用できるようにします。



DAMに求められる広範な能力

Adobe Experience Manager Assetsは、デジタルアセット管理能力において、優れた能力を誇る業界をリードするDAMです。しかし、それだけではありません。クリエイティブツールから作業管理ソリューションまで幅広く統合し、あらゆる関係者が単一の基盤で作業できるようにするなど、競合製品にはない能力を備えています。

次の表では、マーケティング業務のライフサイクル全体を管理するために、DAMが備えているべき作業管理などの広範な能力と、アドビがどのようにそれを実現しているのかを紹介します。

主な能力	Adobe Experience Manager Assets
組織全体の信頼できる唯一の情報源	業界最高峰の商品情報管理(PIM)を利用して、組織全体における単一のシステムを構築できます
アドビ製品との連携	搭載されている作業管理能力に加えて、Adobe Workfrontともネイティブで統合できます
合理化されたワークフローによる自動化	システムを横断し、コンテンツを計画、設計、レビュー、承認するワークフローをすばやく構築して、より迅速に公開できるようになります
エンタープライズ規模の拡張性	アドビのアセットクラウドストレージは、エンタープライズ規模に対応する優れたセキュリティと冗長性を備え、グローバルインフラストラクチャを強化します
企業ガバナンスとコンプライアンス	アセットの不整合や不正な変更を防止しながら、各部門がコンテンツにアクセスできるようになります
新興メディアへの対応	3D、仮想現実(VR)、拡張現実(AR)などの新しいファイル形式に幅広く対応しているため、没入型のUXを構築できます
インテリジェンスおよび自動化	
スマートライブラリサービス	自動的にスマートタグやメタデータを付加し、コンテンツを分類して、適切なアセットを容易に見つけることができます
容易な検索と取得	直観的かつインテリジェントなライブラリサービスを利用して、検索を簡略化および高速化できます
インテリジェントなアセット配信	アドビのブランドポータルを利用すれば、社外のチーム、代理店、チャネルパートナーに向けて、あらゆる形式のアセットを容易かつ安全に提供できます
コンテンツ制作	
コンテンツ制作およびカスタマイズ	搭載されているコンテンツの自動処理機能を利用して、アセットのバリエーションを際限なく、瞬く間に生成できます
Adobe Creative Cloud製品との統合	LightroomやPhotoshopなど、業界をリードするAdobe Creative Cloud製品とネイティブで統合されており、DAMから直接利用できます
使い慣れたクリエイティブツールの利用	Adobe Asset Linkにより、マーケターとクリエイターがDAMを利用して、コンテンツを共同で制作できます

大規模なパーソナライゼーションの実現

Adobe Experience Manager Assetsは、モダンな企業が求める、緊密な統合能力を備えたDAMです。

Adobe WorkfrontやAdobe Creative Cloudと統合することで、コンテンツライフサイクル全体の管理、アセットの自動タグ付けによるアクセスと検索の容易化、アセットの再利用による需要対応、数千ものオーディエンスへの拡張などが可能になります。

つまり、世界中に拠点を持つグローバル企業でも、地域を問わず、同じアセットを利用できるようになり、作業の重複を削減できます。さらに、クリエイターは同一の環境でアセットを開発して承認を得ることができ、マーケターは法務担当者やその他の関係者とアセットを共有し、マーケティング施策をより迅速に公開できるようになります。

そうしたことを他のDAM製品で実現しようとする、マーケターには大きな苦勞が伴います。高度な作業管理能力が組み込まれておらず、さまざまな関係者の能力を生かすことのできる共有エコシステムが確立されていないためです。

Yahoo! NewsのBrent Leary氏は、「顧客のニーズが時間とともに変化する中、顧客とのつながりを維持するために十分にパーソナライズされたコンテンツを大規模に制作することは、チームスポーツであると言えます。そのためには、制作プロセス全体を通じて、より緊密なコラボレーションが必要です。そしてAdobe Experience Manager AssetsとAdobe Workfrontの連携は、クリエイティブプロセスに高度なプロジェクト管理機能をもたらします」と述べています。

“ アドビは、先進的なベンダーとして、コンテンツのオートマイゼーションとスケーラビリティを実現する、包括的な製品群を提供しています。

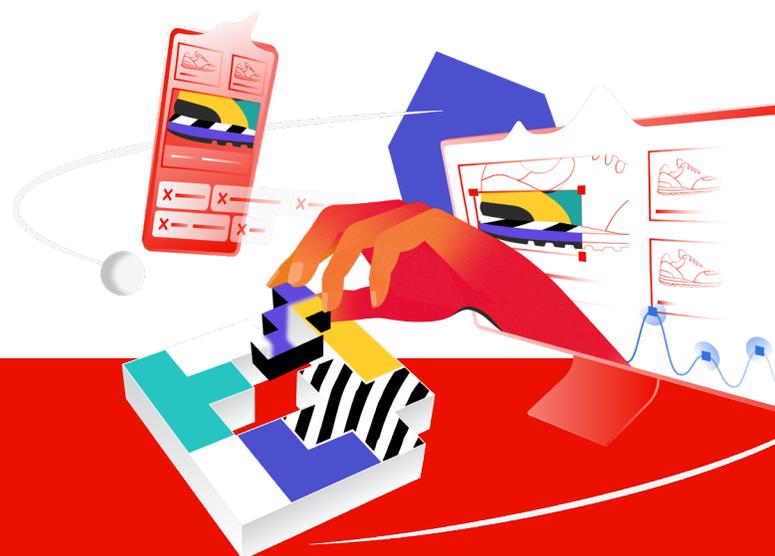
Forrester

Forresterは、DAM分野に関する調査レポートの中で、アドビをリーダーと評価しました。

詳細情報

よりインテリジェントなワークフローを構築し、きめ細かくパーソナライズされた体験を大規模に提供するために、[Adobe Experience Manager Assets](#)がどのように役立つのかをご確認ください。

詳細を見る



出典

「Digital Trends 2022年版」、アドビ (2022年)

「With Workfront, Adobe combines automated workflow with customer experience (Workfrontで、アドビは自動化されたワークフローと顧客体験を融合)」、Brent Leary、CRM責任者、Yahoo! News (2021年4月27日)

「The Forrester Wave™: 顧客体験のためのデジタルアセット管理 (2022年第1四半期)」、Forrester (2022年)



Adobe, the Adobe logo, Creative Cloud, Lightroom, Photoshop, and Workfront are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

© 2023 Adobe. All rights reserved.