

B2B顧客に響く体験を実現するには

MAツールで顧客体験を組み立てる作業を効率化し、魅力的なアセットを活用して、顧客エンゲージメントを向上させましょう。

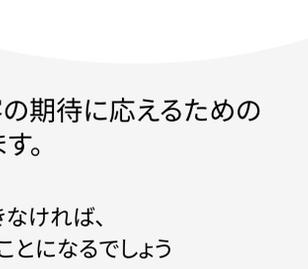


今日の顧客は、カスタマージャーニーの段階に応じた、パーソナライズされた体験を期待しています。B2B顧客も例外ではありません。そのためには、DAM (デジタルアセット管理) システムを活用し、さまざまな顧客接点で体験を構築する際、魅力的なアセットを効果的に活用できるよう、適切に管理すべきです。それでも、まだ課題は残ります。複数の顧客接点で体験の連続性が失われないよう維持しようとする、とても手間がかかってしまいます。そこで、MA (マーケティングオートメーション) とDAMシステムを統合しましょう。そうすれば、アセットの管理作業にかかる手間を減らし、効果的でシームレスな体験の構築に集中できます。

変化し続けるデジタル体験

アドビがEconsultancyと共同で実施した調査によると、既存デジタルチャネルや新興チャネルを通じて業と接触する顧客は、増加していることが明らかになっています。

実務担当者の多くが、デジタルインタラクションの急増を認識



出典: アドビおよびEconsultancy

企業は、変化し続ける顧客の期待に応えるための準備を整える必要があります。

“顧客の全体像を把握できなければ、顧客を大きく失望させることになるでしょう”

Ajit Sivadasan氏
Lenovo、バイスプレジデント

コンテンツ戦略がビジネス成功の鍵を握る

テクノロジーに関する2022年の最重要課題:



出典: アドビおよびEconsultancy

“コンテンツマーケティングの重要性に、多くの企業が着目しています。パーソナライズによって適切なコンテンツを配信するには、オーディエンス管理に加え、コンテンツ管理の成熟度向上が不可欠です。それこそが、今日のデジタルマーケティングを推進し、CMOが望む成果を実現する原動力となります。”

Colin Reid氏
Gartner、マーケティングテクノロジー担当シニアディレクターアナリスト

コンテンツ活用をスムーズに

Adobe Marketo EngageのようなMAツールをAdobe Experience Manager Assetsと統合させることで、シームレスなマーケティングワークフローを実現し、マーケターの時間とリソースを節約できます。

- 28日** IBMは、わずか28日間でAdobe Marketo Engageを導入
- 数ヶ月** Trane Technologiesは、Adobe Marketo Engageのターンキー統合により、実装期間を数ヶ月短縮

より少ないリソースでワークフローを構築

- 2時間に短縮** IBMは、マーケティング活動の全体像を把握することで、顧客と接触してから数日かかっていたフォローアップまでの所要時間を短縮
- IT部門への依存を解消** Western Digitalは、マーケターがチャネル全体でクリエイティブな体験を創出するための環境を整備
- 75%短縮** Relativityは、顧客に重要なメッセージを配信するのに要する時間を短縮

“自社のさまざまな事業部、部門、グループに分散していたデータを一元化し、信頼できるインサイトを獲得したいと考えていました。”

Tim Furlow氏
Western Digital、元オプティマイゼーションアナリティクス担当シニアマネージャー

新しいマーケティング施策を迅速に構築しましょう

Adobe Marketo Engageの導入後、マーケティングコンテンツの制作量が10倍、制作スピードが3倍向上

マーケティング活動の全体像を把握し、隠れた価値を見出しましょう

- 600%** webサイトのトラフィックが増加
PitchBookは、マーケティングチャネルへの投資を強化し、webサイトのトラフィックを改善
- 112%** 電子メールのクリック率が増加
IBMは、チャネル全体で一貫性のある重要なメッセージを配信し、クリック率を向上

1億5000万件
ABM (アカウントベースドマーケティング) に移行し、1億5000万件的のインタラクションに対応
IBMは、Adobe Marketo Engageを利用することで、ABMを実現

“Adobe Marketo Engageのおかげで事業変革を実現し、プロセスを改善できました。当社ではAdobe Marketo Engageを使って、ガバナンスと組織変革のプロセス全体の構築に取り組んでいます。そうすることで、IBMとエンゲージしたい人々に、適切なコミュニケーションを届けようとしているのです。”

Ari Sheinkin氏
IBM、グローバルデマンド担当バイスプレジデント

優れた成果は、優れたテクノロジーから

Forresterは、アドビをデジタルアセット管理 (DAM) 分野におけるリーダーに選出し、B2Bの顧客体験を強化させるテクノロジーの専門家と評価しています。



出典: アドビおよびEconsultancy

“アドビは、優れたユーザビリティと統合機能により、業界をリードしています。先進的なベンダーとして、コンテンツのパーソナラ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。”

出典: Forrester

アドビがお手伝いします

Adobe Marketo Engageなら、Adobe Experience Manager Assetsとシームレスに統合し、マーケティングワークフローを強化できます。また、その統合により、アセットを自動化されたエクスペリエンスにドラッグ&ドロップ操作で追加できるようになります。

Adobe Marketo Engageは、新規顧客の獲得からロイヤル顧客化に至るまで、あらゆるチャネルでリードベースおよびアカウントベースのマーケティングを展開できる包括的なMAツールです。

Adobe Experience Manager Assetsは、膨大なアセットを容易に管理し、パーソナライズされた体験を大規模に構築、管理、配信、最適化できるクラウドネイティブのDAMです。

関連情報

Adobe Marketo Engageが、マーケティングデータとリソースをひとつにまとめ、顧客に効果的に働きかけるのにどのように役立つのかをご案内します。

[詳細を見る](#)



出典

¹Digital Trends 2022年版; David Carrel, アドビおよびEconsultancy (2022年)
²Adobe Integrates Adobe Experience Manager Assets With Marketo Engage (P2P); Adobe Experience Manager AssetsとAdobe Marketo Engageを連携); Dom Nicastro, CMS Wire (2020年3月9日)
³IBM、デジタルマーケティングのナレッジを整理); IBM, アドビのユーザー事例
⁴Digital Trends 2022年版(日本語版); Jill Steinhour, アドビおよびEconsultancy (2022年)
⁵The Forrester Wave™: 顧客体験のためのデジタルアセット管理 (2022年第4回更新); Nick Babich, Forrester (2022年9月16日)
⁶Building from insights (インサイト)から価値を生み出す); Pitchbook, アドビのユーザー事例
⁷Relativity Uses Adobe Marketo Engage to Implement a Multi-channel, Lifecycle Engagement Strategy, Driving Up Lead Quality and Quantity, Relativity, Adobe Marketo Engageを利用し、マルチチャネルのライフサイクルエンゲージメント戦略を構築し、リードの量と質を向上); Relativity, アドビのユーザー事例
⁸Turning Up the Heat with Marketing Automation (MAを最大限に活用); Trane Technologies, アドビのユーザー事例
⁹Western Digital Drives Marketing Priorities with Adobe Experience Cloud (Western Digital, Adobe Experience Cloudでマーケティングを支援); Western Digital, アドビのユーザー事例