

CMSとデータを 組み合わせ、 記憶に残る体験を 創るには

Adobe Experience Manager Sitesを
Adobe Analyticsと組み合わせると、
パーソナライズされた顧客体験を、
より柔軟に創出できます。



今日のデジタル経済における成功は、顧客をいかに的確に理解できるか、にかかっています。Adobe Analyticsで顧客像を深く把握し、そのインサイトをAdobe Experience Manager Sitesで活用すれば、顧客の期待に応えるパーソナライズされた体験を、迅速に提供することができます。

AIであらゆるインタラクションをパーソナライズ

最も効果的な体験とは、顧客のニーズを満たす体験です。Adobe AnalyticsのAI（人工知能）によるインサイトを、Adobe Experience Manager Sitesに直接送ることで、システムの分断を解消し、チャネル全体でパーソナライズされた豊かな顧客体験を構築できます。

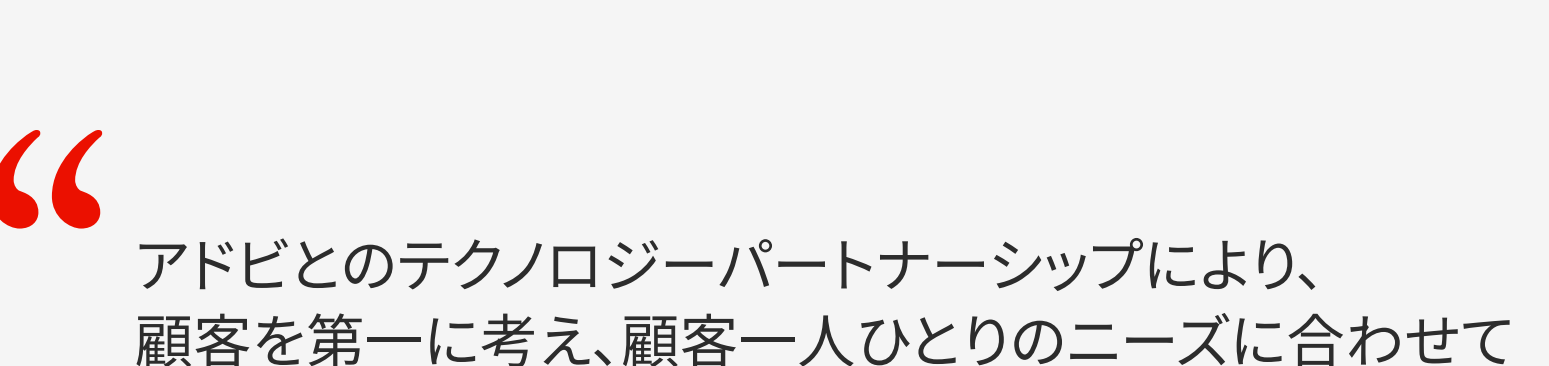
データの分断を克服



卓越した体験には、卓越した仕組みが必要



Adobe Experience ManagerとAdobe Analyticsを統合することで、Walgreens Boots Allianceでは、次の成果を達成しました。



“アドビとのテクノロジーパートナーシップにより、顧客を第一に考え、顧客一人ひとりのニーズに合わせて詳細にパーソナライズし、適切なあらゆるチャネルで提供できるようになりました。

Alyssa Raine氏
グローバルカスタマーマーケティングプラットフォーム担当グループバイスプレジデント
Walgreens

あらゆる場面で、エクスペリエンスをすばやく提供

顧客エンゲージメントは、いくつかの基本的なインタラクションから、複数の顧客接点を通じた動的なエクスペリエンスへと進化しています。Adobe Experience Manager Sitesのヘッドレスアプローチおよびハイブリッドアプローチにより、開発部門とマーケティング部門は、従来のCMSと同等の効果を得ながら、一度制作したコンテンツを柔軟に再利用して、あらゆるチャネルで一貫したジャーニーを構築できます。

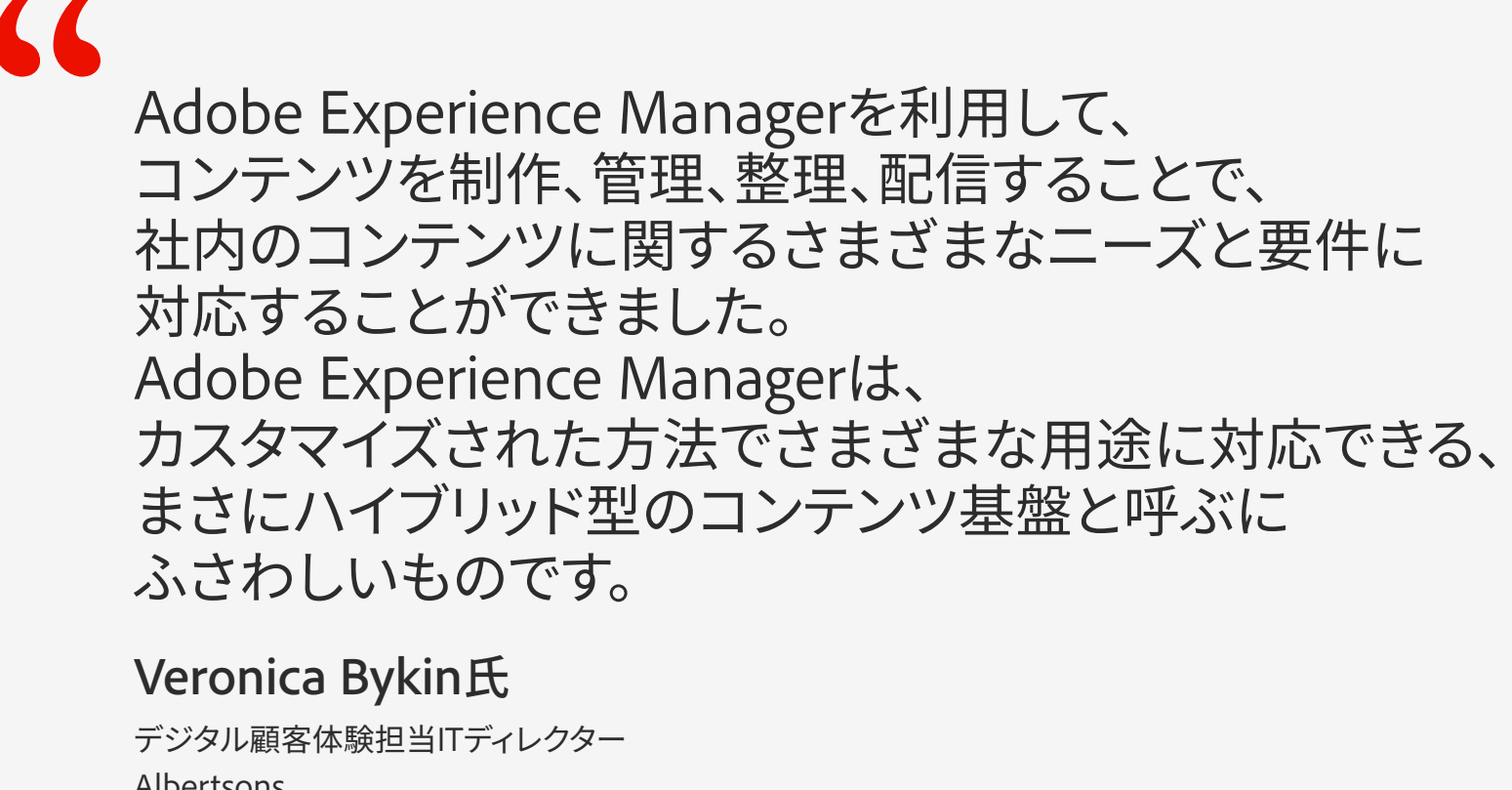
ヘッドレスCMSの主な利点



CMSの未来はヘッドレス



チャネル活用の不揃いが、連続性のない体験を生む



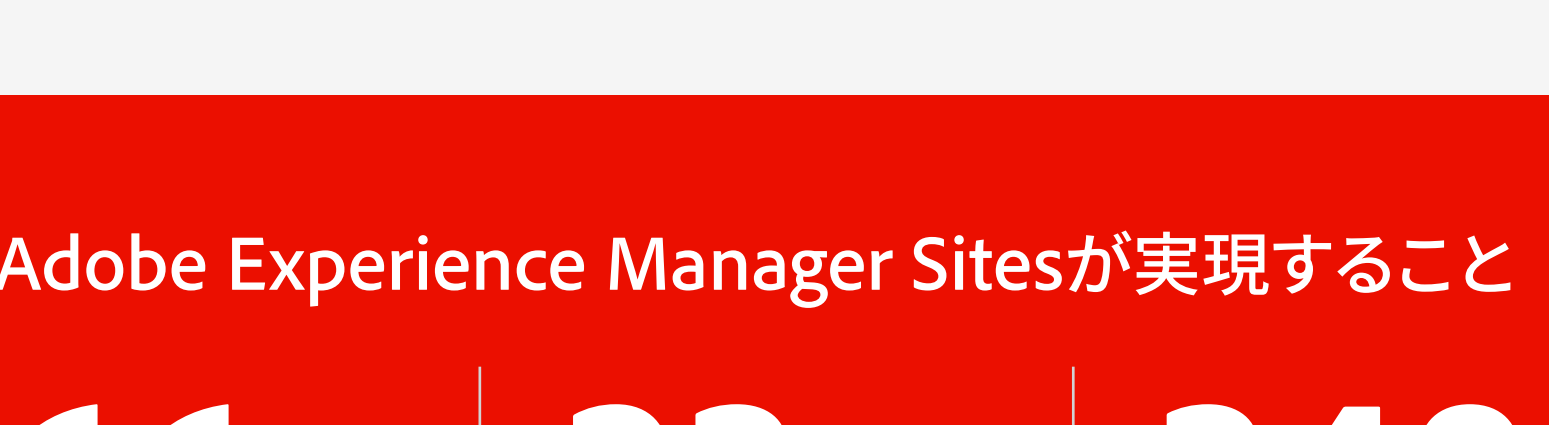
“Adobe Experience Managerを利用して、コンテンツを制作、管理、整理、配信することで、社内のコンテンツに関するさまざまなニーズと要件に対応することができました。Adobe Experience Managerは、カスタマイズされた方法でさまざまな用途に対応できる、まさにハイブリッド型のコンテンツ基盤と呼ぶにふさわしいものです。

Veronica Bykin氏
デジタル顧客体験担当ITディレクター
Albertsons

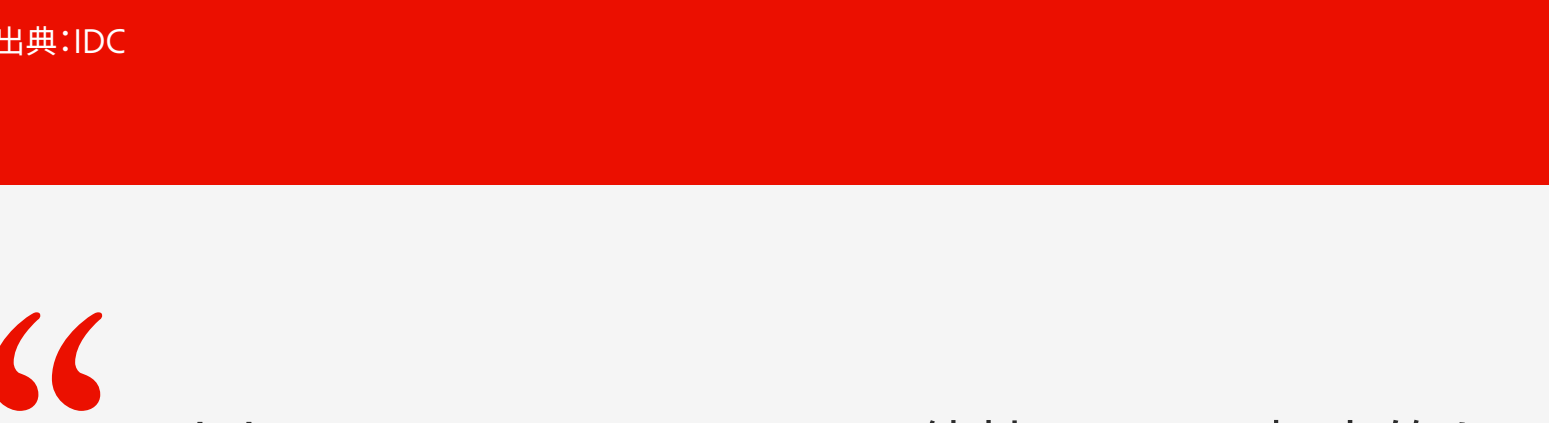
重要な瞬間に顧客とつながる

パーソナライゼーションは、瞬間をとらえる必要があります。そのためには、自社のコンテンツ創出プロセスを迅速化、合理化し、顧客が期待するタイミングにエクスペリエンスを組み立て、配信、最適化する、高速なコンテンツエンジンが必要です。

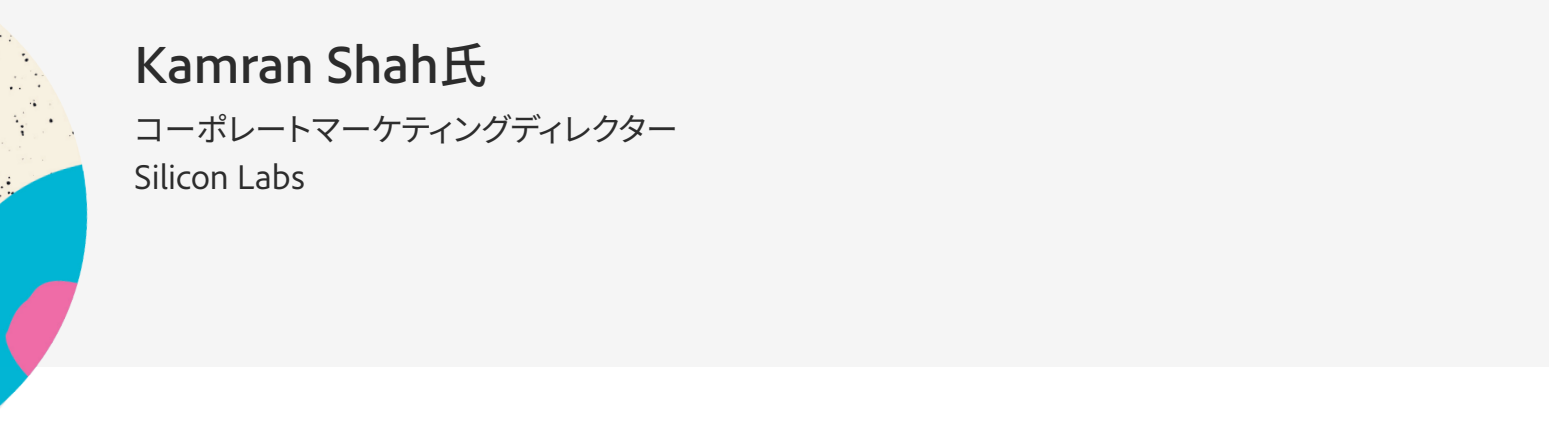
従来型のCMSに比べ、これからのトレンドとされるアジャイルCMSには、次のような利点があります。



リアルタイムな対応が求められる理由



Adobe Experience Manager Sitesが実現すること



“Adobe Experience Managerと他社CMSとの根本的な違いのひとつは、その使いやすさです。マーケティングによる使用を念頭に置いて設計されているので、デザイン変更による単純な強化であれば、IT部門に負担をかけることなく利用できます。

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

Adobe Experience Managerを利用して、Silicon Labsでは、次の成果を達成しました。



効果的な連携

Adobe Experience Manager Sitesは、AIを組み込んだ単一基盤として、コンテンツプロセスを合理化し、パーソナライズされた体験をすばやく提供できる、アジャイルCMSです。Adobe Analyticsと統合することで、すでに手元にある強力なインサイトを利用して、チャネル全体で魅力的なコンテンツ体験を構築できます。

[詳しく見る](#)

