

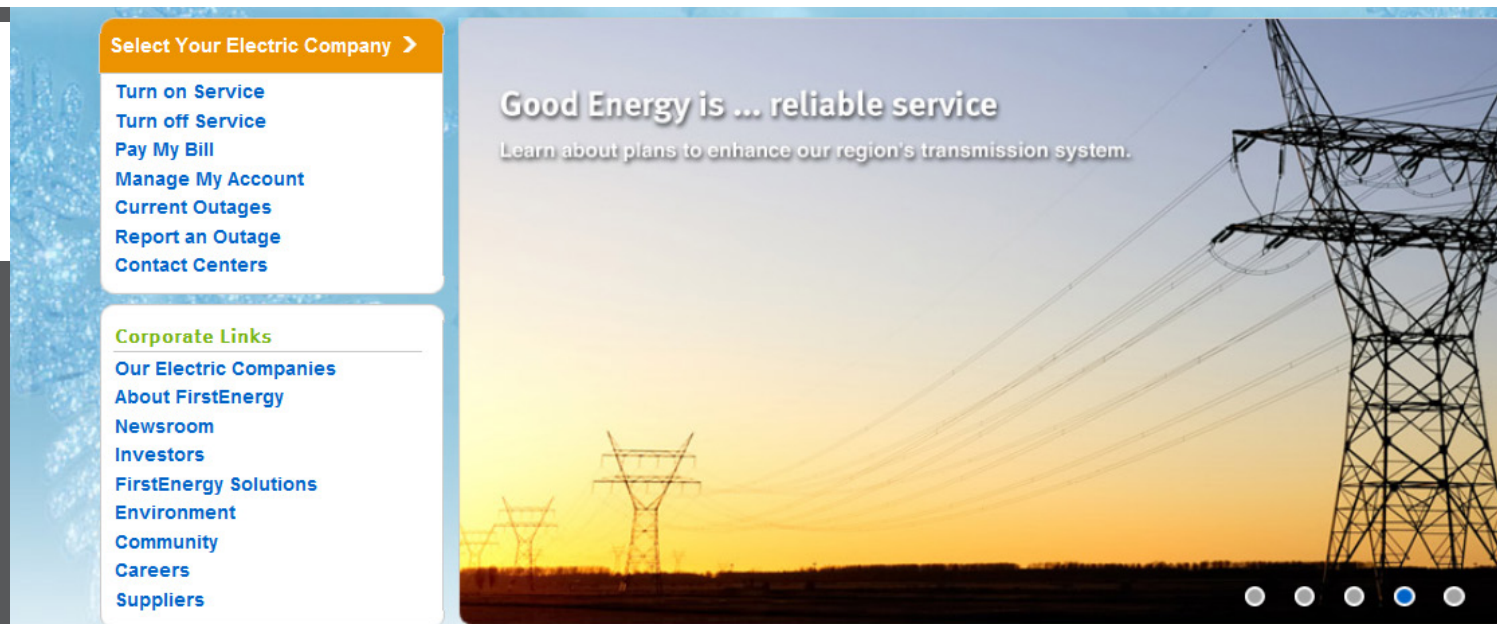
FirstEnergy、優れたサービスを実現

米国のエネルギー会社、CMSを刷新してWebサイト、モバイルWebサイト、アプリを全面リニューアルし、顧客コミュニケーションを強化



「Adobe Experience Managerを活用することで、社内でのマーケティング、ビジネス、開発プロセスをよりシンプルに、効率化することができました」

Scott Infante (FirstEnergy、ITエンタープライズテクノロジー部門マネージャー)



ソリューション

Adobe Marketing Cloudに含まれる
・ Adobe Experience Manager

ソリューションパートナー



成果



迅速な更新

コンポーネントをWebサイト、モバイルサイト、モバイルアプリにまたがって再利用することで、新しいコンテンツや機能のリリースまでの時間を短縮



効率的なサポート

これまでコールセンターで行っていたプロセスを自動化して、運営コストを削減し、顧客エクスペリエンスを向上



オンライン機能

バックエンドシステムとの統合によって、オンラインでの料金支払いや利用状況の確認といった顧客サービスを実現



パーソナライズされたメッセージ

メッセージのパーソナライズによって、各顧客の居住地域の最新情報や、顧客の状況に応じた広告を提供

FirstEnergy

オハイオ州アクロン

www.firstenergycorp.com

ICF Interactive

www.icfi.com/interactive

課題

- ・ 顧客のオンラインエクスペリエンスを強化したい
- ・ ERPなどの基幹システムにリンクして、料金の支払い、サービス監視など、豊富な機能を提供したい
- ・ 社内プロセスを効率化して、開発や顧客サポートのITコストを削減したい

顧客リーチの重視

米国中西部と中部大西洋岸の6州で10の配電会社を運営するFirstEnergyは、65,000平方マイルにわたって600万人以上の顧客にサービスを提供し、米国最大の民間電力システムを形成しています。FirstEnergyはオハイオ州アクロンに本社を置く多角的なエネルギー会社で、安全性、信頼性、稼働性の向上に力を注いでます。

FirstEnergyの事業ではWebサイトが極めて重要な役割を果たし、顧客への情報提供や、顧客とのコミュニケーションの場となっています。現在では、取り組みの範囲をさらに広げ、従来のPCサイトやモバイルサイトに加えて、Android™やiOSデバイス用のアプリも積極的に活用しています。数年前までは、Webの開発と、機能拡張やモバイル機能を通じて迅速な市場進出を図ることが同社の継続的な課題でした。

FirstEnergyでは、自社のサイトだけでなく、傘下の配電会社10社のサイトを管理しています。以前は独自のWeb開発環境を使用していましたが、求めている機能が欠けており、最新のJava™の機能や更新をなかなか組み込めませんでした。同社の統合開発環境 (IDE) はコンテンツ管理システム (CMS) とは切り離されていて、CMSにはデジタルアセットを管理する機能がまったくありませんでした。IDEとCMSという2つの独立したツールを手作業で管理するため、ITチームの負担が大きく、複数のドメインにわたって常に最新情報を掲載することは困難でした。

「当社が目指しているのは、料金の支払い、サービスリクエストの開始、エネルギー使用量の追跡、電力問題の報告といった活動を手軽に行えるWebサイトです」と、FirstEnergyのITエンタープライズテクノロジー部門マネージャーであるScott Infante氏は語ります。優れたデジタルエクスペリエンスは、顧客満足向上とロイヤルティ維持に役立つだけではありません。規制により定められた、大規模な嵐のときに停電や現状に関する情報をすぐに配信する、という義務を果たすことにもなります。例えば、2012年の大型ハリケーン「サンディ」のときは、10社全体でのページビューが23,408,396回まで急増しました。

堅牢で持続可能なソリューションの模索

FirstEnergyでは、顧客のオンラインエクスペリエンスを強化するために、堅牢なWebコンテンツ管理を実現する高度なデジタル基盤と、継続的に更新されるJavaコンテンツリポジトリ (JCR) にもとづく統合IDEを採用することにしました。主な目的は、変化する顧客の要求に迅速かつ正確に対応することと、新しいWebコンテンツや機能を継続的に取り入れることにより、会社のブランドを強化し、嵐のような非常事態の際に顧客意識を高めることでした。



「Adobe Experience Managerは優れたエクスペリエンスを提供しているので、コンテンツの制作や公開が容易になりました」

Scott Infante (FirstEnergy、ITエンタープライズテクノロジー部門マネージャー)

もうひとつの重要な目的は、オープンプラットフォームの採用によって、顧客向けのWebページと、基幹ERPシステムや他のサードパーティ製アプリケーション(スマートメーターなど)との統合を進めることでした。これにより、顧客が料金の支払いやエネルギー使用量の追跡などをWeb上で行うことが可能になります。さらに、FirstEnergyでは、ソーシャルネットワークを通して、より多くの人の関心を引いたり、モバイル機能を追加して、顧客が停電の間もモバイルデバイスから重要な情報にアクセスできるようにしたいと考えていました。これらはいずれも顧客エクスペリエンスの最適化という大きな目標を達成するための取り組みの一部で、いつでも、どこからでも重要なサービスや情報にアクセスできるよう多様な方法を提供することで、エクスペリエンスの強化を図っています。

FirstEnergyは、社内チームと、開発パートナーであるICF Interactiveとの共同作業によって、顧客のデジタルエクスペリエンスを向上させるいくつかのソリューションを厳しく評価し、最終的にAdobe Marketing CloudのAdobe Experience Managerを選択しました。「Adobe Experience Managerは性能が高く、柔軟性がありました。提供される信頼性の高いテンプレートやページコンポーネントは、様々な目的に利用でき、柔軟にカスタマイズできます。Adobe Experience Managerは優れたエクスペリエンスを提供しているので、コンテンツの制作や公開が容易になりました。アドビのオープン標準に関するリーダーシップとイノベーションという実績に裏付けられたAdobe Experience Managerは、競合製品のはるか先を進んでいます」とInfante氏は語ります。

複数のデータソースやアプリケーションとのシンプルな統合

Adobe Experience ManagerとそのWebコンテンツ管理、デジタルアセット管理、モバイル機能の採用を決めたFirstEnergyは、ソリューションの導入にあたって、Webエクスペリエンス管理とモバイルアプリ開発に実績を持つICFIとパートナーを組むことにしました。

ICFIはFirstEnergyと共同で現状分析を行い、サイトの再設計と基幹統合を実現するために、複数の独立したワークフローやシステムに大きく依存している現行プロセスからの脱却に取り組みました。現在、FirstEnergyとICFIの開発者はAdobe Experience Manager内で再利用可能なコンポーネントの制作に重点を置いています。デザイナーはそのコンポーネントをページ上に効果的に配置して、デジタルエクスペリエンスを向上させることができます。Adobe Experience Manager、Eclipse IDE、その他の標準エンタープライズソフトウェアツールの統合と、ICFIがアドビのソリューションの実装を効率化するために開発したAdobe Experience Managerライブラリによって、Web開発者はこれまでよりも少ない労力で再利用可能なコンポーネントを制作し、デザイナーに提供できるようになりました。

Infante氏によると、Adobe Experience Managerによって、ほとんど即座に新しいルックアンドフィールを制作し、コンテンツを更新できるようになりました。このようなスピードアップが可能になったのは、基幹統合によってサービス指向アーキテクチャへの移行が進んだからです。Adobe Experience Managerのコンポーネントをページ上に配置するだけで、他の多種多様なシステムやデータソースと情報をやり取りできるようになりました。「ICFIの卓越した専門知識のおかげで、広範囲にわたる基幹統合と豊富なフロントエンド機能を実現し、新しいWebサイトをすみやかに公開することができました」とInfante氏は語ります。

「Adobe Experience Managerの最も大きな付加価値のひとつは、従来のプラットフォームとモバイルプラットフォームにまたがってコンポーネントを再利用できることです」

Scott Infante (FirstEnergy、ITエンタープライズテクノロジー部門マネージャー)

新しいWebサイトは複数のシステムと緊密に統合されているため、利用者はこれまでになかった形の顧客サービスを受けられるようになりました。今までは、料金の支払い、エネルギー使用量の追跡、問題の報告といった活動を行うには、郵便を使ったり、コールセンターに電話をかける必要がありましたが、これらをすべてデジタルで実行できるようになったのです。オンラインデジタルサービスの強化によって、これまでコールセンターや事務処理担当者の手を借りる必要があったプロセスの多くが自動化され、運用コストの大幅な削減と顧客エクスペリエンスの向上につながりました。

モバイル対応の強化

FirstEnergyは、新たに導入した強力なWebサイト機能が成功したことを受けて、各サイトをさらに改良し、モバイルデバイス向けに最適化しました。Adobe Experience Managerを活用したことで、インパクトの大きい便利なモバイルエクスペリエンスを非常に効率的に実現することができました。「Adobe Experience Managerの最も大きな付加価値のひとつは、従来のプラットフォームとモバイルプラットフォームにまたがってコンポーネントを再利用できることです」とInfante氏は語ります。さらに、「スマートフォン用に縮小したコンテンツを提供するとともに、料金の支払いや停電エリアの確認といった機能を顧客が手軽に使用できるようにしています」と話しています。

モバイル対応を強化した同社のサイトは、顧客との主要なコミュニケーションツールになっています。2012年11月末に公開されて以来、このモバイル対応サイトは約620万ページビューを記録しています。

配電会社ごとのモバイルアプリの提供

モバイル対応サイトの公開後、FirstEnergyはさらにICFIの協力を得て、傘下の10地域の配電会社それぞれに合わせてカスタマイズされたAndroidおよびiOSデバイス用のモバイルアプリを制作しました。ICFIは、Adobe Experience Manager内のOSGiフレームワークを使用した再利用可能なサービスレイヤーを構築することで、モバイルサイトやPC用サイトと同じコードをモバイルアプリでも使用できるようにしました。これによって、3つあるどのチャンネルでも顧客に同じエクスペリエンスを提供することが可能になり、アプリ公開までの時間も短縮されました。PhoneGapで開発されたこれらのアプリはGoogle PlayとApple App Storeで公開されており、2012年後半の公開以来、合計10,000回以上のダウンロードを記録しています。

FirstEnergyブランドが付いたこれらのアプリは、巨大な会社の一部として各地で事業を行っている配電会社を顧客が認識し、やり取りするための手段となっています。「顧客は、家の前で電線を修理しているトラックに描かれた名前やロゴのことはよく知っています。各地の配電会社のブランド認知率は、一般的に親会社のブランド認知率よりも高く、アプリによって簡単に強化することができます。アドビのソリューションを活用したことで、このようなモバイルアプリを以前よりも容易に提供できるようになりました」とInfante氏は語ります。

ソリューション概要

- ・ Adobe Marketing Cloudの主な利用機能
 - ・ Webコンテンツ管理
 - ・ デジタルアセット管理
 - ・ モバイル
- ・ PhoneGap

地域の状況に合わせたメッセージを配信する機能は、地方自治体や安全当局から非常に大きな注目を集めています。同社はさらに、サービスの最新情報をタイムリーに配信するだけでなく、新しいサービスのマーケティングやソーシャルメディアとのリンクにアプリの利用を開始し、顧客とのコミュニケーション、フィードバックの収集、顧客の信頼とロイヤルティの構築に役立てています。

ICFIのシニアバイスプレジデントであるMatt Van Bergen氏は、「ICFIの専門知識とAdobe Experience Manager、さらに確かなエンタープライズアーキテクチャ戦略によって、FirstEnergyのシステム全体に緊密に組み込まれたモバイルアプリを開発することができました。これらのモバイルアプリと、複数チャンネルでの顧客コミュニケーションに対するFirstEnergyのビジョンと熱意によって、より充実したサービスをタイミング良く効率的に提供できるようになりました」と語ります。

FirstEnergyと各事業会社のビジネスメリット

従来のWebサイト、モバイル対応のWebサイト、モバイルアプリという3つの顧客接点は、環境保護への取り組みを顧客に呼びかけるための強力なマーケティング基盤になります。このような取り組みとしては、電子請求書の登録から、エネルギー使用量の監視と節減まで、様々なものが考えられます。呼びかけのメッセージは、最大限の効果を生むようにパーソナライズされます。例えば、既に電子請求書に登録している顧客には、登録を奨励する広告は表示されません。

こうしたモバイル戦略の多くはFirstEnergyにとって初めての試みですが、成果は既に現れ始めています。コンテンツ管理が効率化されたため、Webサイト開発者に時間の余裕ができ、基盤システムとの連携によってどのプラットフォームでもより良いエクスペリエンスを実現できるようにする再利用可能なコンポーネントの開発に力を注げるようになりました。

企業の観点からすると、Adobe Experience ManagerはFirstEnergyの継続的な成長に貢献します。例えば、2011年にFirstEnergyがAllegheny Energyとその事業会社3社を併合した際にも、各事業会社をFirstEnergy傘下に組み込むプロセスにおいてアドビのソリューションが役立ちました。

「新しい会社の統合もコンテンツの更新も、きわめて柔軟に短期間で完了できます。ICFIとAdobe Experience Managerを活用することで、社内でのマーケティング、ビジネス、開発プロセスをよりシンプルに、効率化することができました。顧客エンゲージメントも強化され、紙の請求書発行の減少や、コンテンツ配信とアクセスの効率化など、あらゆる面でコストの節減が進んでいます。それと同時に、当社が環境に与える影響も継続的に減少しています」とInfante氏は語ります。

詳細情報

www.adobe.com/jp/marketing-cloud.html



Adobe Systems Incorporated
345 Park Avenue
San Jose, CA 95110-2704
USA
www.adobe.com/jp

Adobe and the Adobe logo are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries. Java is a trademark or registered trademark of Oracle and/or its affiliates. All other trademarks are the property of their respective owners.