

Maxim Integrated、オンラインエクスペリエンスを刷新

半導体企業のMaxim Integrated、Adobe Experience Manager、Creative Cloudを活用して市場投入までの時間を短縮



「Adobe Marketing CloudとAdobe Creative Cloudにより、顧客やパートナー向けのデジタルエクスペリエンスを一新し、利用者が必要としているコンテンツを素早く提供できるようになりました」

Robert Reneau氏 (Maxim Integrated、デジタルマーケティング担当ディレクター)

ソリューション

Adobe Marketing Cloudに含まれる

- Adobe Experience Manager
- Adobe Experience Manager Mobile

Adobe Creative Cloud

パートナー提携

morphos

WE'RE BRINGING THE MOBILE REVOLUTION TO AUTOMOBILES

[See why everyone is rallying around analog integration >](#)



成果



素早く情報にアクセス
製品デザイナーと販売チャネルパートナーが製品情報を素早く見つけられるようエクスペリエンスを向上。何ページもの閲覧は不要に



ビジネスの俊敏性
統合デジタル基盤によりWeb開発チームとマーケティングチームの生産性が向上した結果、顧客への応答性が向上



市場投入までの時間を短縮
製品リサーチサイクルを短縮し、エクスペリエンスをカスタマイズすることで製品が市場に投入されるまでの時間を短縮



グローバルなエンゲージメント
簡単なドラッグ＆ドロップ操作で英語、中国語、日本語のサイト全体のコンテンツを更新可能

Maxim Integrated

1983年設立

従業員数:9,300人

本社:カリフォルニア州サンノゼ

www.maximintegrated.com

Morphos

www.morphosinc.com

課題

- ・顧客が必要とする製品を容易に見つけられる統合デジタルエコシステムを構築したい
- ・顧客や販売員一人ひとりに合わせたインタラクティブな情報を、あらゆるデバイスや顧客接点で提供したい
- ・Webサイトやコンテンツの管理と更新を合理化したい

デザインエンジニアの仕事をより容易に

Maxim Integratedは、今日の自動車や通信/ネットワーク機器、家庭用電子機器、産業システム、医療機器に使用される半導体ベースの高集積ソリューションをデザイン、製造、販売しています。同社は、革新的なテクノロジーソリューションの構築を専門として扱うだけでなく、デザインエンジニアのニーズを理解し、顧客企業が製品をより短期間で市場に投入できるよう尽力しています。同社が取り組んだ課題のひとつは、必要としているMaxim製品をエンジニアが素早く見つけられるようなWebサイトの構築でした。

「弊社の目標は、顧客のデザインプロセスを効率的にサポートすると同時に、付加価値を提供できるWebサイトを構築することでした。顧客やパートナーは、掲載製品数が9,000を超える弊社のWebサイト内で製品情報やツールを探さなければなりません。そこで、適切なソリューションを効率的に見つけて決定を下せるよう、Webサイトのデザインを一新し、顧客、パートナー、社内チーム向けのデジタルエクスペリエンスを向上することにしました」と、Maximのデジタルマーケティング担当ディレクター、Robert Reneau氏は話します。

複雑な顧客エコシステムのサポート

Maximは広範で複雑な製品ラインナップを取り扱っている上、世界中の多様な顧客ベースを相手にリアルタイムでのコミュニケーションを必要としています。

「弊社は、デザインエンジニア、購入スタッフ、パートナーなどを含む総合的なエコシステムを提供しています。Adobe Marketing CloudとAdobe Creative Cloudにより、顧客やパートナー向けのデジタルエクスペリエンスを一新し、利用者が必要としているコンテンツを素早く提供できるようになりました」とReneau氏は語ります。

Webサイト基盤の刷新

Maximの従来のWebサイト基盤では、会社全体の既存の情報を活用するのは非常に困難でした。

「以前の基盤は社内で独自開発した拡張性のない時代遅れのシステムだったため、他のシステムとの統合が困難で、マーケティングオートメーション環境を適切にサポートすることも不可能でした。弊社のWeb開発チームやマーケティングチームは、顧客のニーズに対応する新しいコンテンツやナビゲーションを導入したシステムを構築するよりも、Webページの修正などの日常的な作業に途方もない時間を費やしていました」とReneau氏は語ります。

「Adobe Experience Managerは最も優れたソリューションです。機能が豊富で使いやすく、コンテンツの制作や配信方法も非常にシンプルです」

「Adobe Marketing Cloudのおかげで、コンテンツの配信プロセスにレスポンシブデザインを取り入れ、あらゆるデバイス向けにコンテンツを提供できるようになりました」

Robert Reneau氏 (Maxim Integrated、デジタルマーケティング担当ディレクター)

インタラクティブなデジタルエクスペリエンスの構築

MaximのWeb開発チームとデジタルマーケティングチームは、Webサイトの刷新に向けて広範な選択肢の評価に着手しました。同社の評価基準のひとつは、ドラッグ＆ドロップ機能などを使って容易にWeb管理やコンテンツの制作が可能かどうかでした。コストに加え、SAP、Salesforce.com、Oracle Eloqua（マーケティングオートレーションシステム）、製品情報管理システムなどの既存のMaxim基盤を統合するためのオープンプラットフォームの要件も考慮しました。検討の結果、MaximのチームはAdobe Marketing CloudのAdobe Experience Managerが群を抜いていると判断しました。

「Adobe Experience Managerは最も優れたソリューションです。機能が豊富で使いやすく、コンテンツの制作や配信方法も非常にシンプルです。弊社が必要としていたAPIも含まれているので、既存の環境との統合も容易です。Adobe Experience Managerの使いやすさを知って、これなら、厳しいスケジュールの中でも新しいWebサイトのエクスペリエンスをすばやく構築できると思いました」とReneau氏は説明します。

現在公開されている新しいWebサイトでは、エンドユーザー向けのエクスペリエンスが向上している他、製品情報が統合され、コンテンツの更新もより容易になっています。新しいWebサイトの公開準備期間中、アドビのコンサルティングサービスはMaximと緊密に協力し、前述の重要な基幹システムとAdobe Experience Managerとの統合をサポートしました。

Maximは、同社のクリエイティブエージェンシーであるMorphosの協力のもと、あらゆるエンドユーザー デバイスで適切にコンテンツを提供できる、エレガントでレスポンシブなデザインのサイトを構築しました。Morphosはターゲットとするオーディエンス、Webマーケター、デベロッパーのニーズを考慮に入れつつ、新しいサイトのデザインにAdobe Experience Managerの機能を十分活用するよう支援しました。コンテンツライブラリ内コンポーネントのオン/オフの切り替えが可能になったため、スマートフォン、ノートパソコン、PC、タブレットなどあらゆるデバイスに対応するインタラクティブなデジタルエクスペリエンスを実現することができます。

「Adobe Marketing Cloudのおかげで、販売資料の展開と配信がシンプルになりました。こうした資料はあらゆるデバイスで表示できる上、ほぼ瞬時に更新できるので、コストの削減が期待できるだけでなく、コンテンツをよりフレキシブルに、様々な方法で再利用、配信することも可能になります」

Robert Reneau氏 (Maxim Integrated、デジタルマーケティング担当ディレクター)

「モバイルに最適化したエクスペリエンスの構築は、特に弊社のように専門性の高い製品を扱っている場合、容易なことではありません。以前のアプローチでは、通常、維持管理が困難で高コストなワークフローが必要でした。Adobe Experience Managerのおかげで、コンテンツの配信プロセスにレスポンシブデザインを取り入れ、あらゆるデバイス向けにコンテンツを提供できるようになりました」とReneau氏は言います。

新しいWebサイトのもうひとつの目標は、ページ数の削減でした。Maximはページ数を減らした後、残したページのデザインを変更し、モジュール化しました。これにより、作成者はAdobe Experience Managerのドラッグ＆ドロップ機能を使ってコンテンツを直接更新できるようになりました。

エクスペリエンスの合理化

新しいデザインのサイトでは、多くのセクションの右側にシンプルなメニューが用意され、コンテクストに即してタグ付けされた様々な製品が表示されるようになっています。これにより、サイトが整理され、顧客が探している製品情報を見つけやすくなりました。また、エクスペリエンスを向上するため、メニューは段階的に表示されるようデザインが変更されています。

「新しいサイトは全体的にナビゲーションが容易でより分かりやすくなっています。ユーザーインターフェイスもより直観的で、より新しい雰囲気になりました。こうした洗練されたルックアンドフィールを構築するため、MorphosとMaximのクリエイティブチームはAdobe Creative CloudのAdobe Illustrator CC、InDesign CC、Photoshop CCなどを活用しました」とReneau氏は語ります。

販売チャネルや流通パートナー向けにインタラクティブなドキュメンテーションを作成できる機能もプロジェクトの推進に不可欠となっています。Maximは、内容が古くなる可能性がある印刷版のドキュメントの代わりに、製品の機能や仕様を記載し必要に応じて容易に更新が可能なインタラクティブドキュメントを配布できるようになりました。

コンテンツは、インタラクティブなソリューション概要も含め、様々な資料に再利用できます。販売訪問をするMaximの販売員は、あらゆるデバイスを使って顧客にこうした販売促進資料を見せることができます。将来的には、販売員が即座に資料をカスタマイズできるようにする予定です。

同社はパブリッシングプロセスの簡素化と自動化を進めるため、アドビのコンサルティングサービスの協力のもと、Experience Managerのテンプレートを作成しています。この目的は、Experience Managerを使ってコンテンツを直接アプリに配信できるようにすることです。

Maximは、Webサイト用に作成した既存のコンテンツをインタラクティブ形式にして再利用できるという利点を評価しました。Webサイトのコンテンツは、あらゆるカテゴリに共通のテンプレートを使って手動でAdobe InDesignに取り込まれ、配信されます。

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
 - ・ モバイルアプリ管理
- ・ Adobe Creative Cloudの利用ソリューション:
 - ・ Adobe Illustrator CC
 - ・ Adobe InCopy CC
 - ・ Adobe InDesign CC
 - ・ Adobe Photoshop CC

詳細情報

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



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

「Adobe Marketing Cloudのおかげで、販売資料の展開と配信がシンプルになりました。こうした資料はあらゆるデバイスで表示できる上、ほぼ瞬時に更新できるので、コストの削減が期待できるだけでなく、コンテンツをよりフレキシブルに、様々な方法で再利用、配信することも可能になります」とReneau氏は言います。

エクスペリエンスのパーソナライズ

複数のアドビのソリューションを組み合わせて活用することで、Maximは個人用ポータルMyMaximのデザインもリニューアルしました。MyMaximには、従業員、流通パートナー、社外ユーザーという3つの認証レベルがあります。ポータルにログインしたとき、アドビのソフトウェアで作成したアプリをダウンロードできるユーザーを限定することができます。また、認証したユーザーのアクセスレベルに応じてコンテンツを提供しています。

次のステップ

Maximによると、同社が目標としている次の段階は、より有意義でパーソナライズされた顧客接点を実現するため、他の基幹システムや配信システムを統合してデジタルエコシステムを拡張することです。

「弊社では、顧客、流通業者、従業員のためにWebサイトエクスペリエンスの変革に取り組んでいます。目標は、高度にパーソナライズされた、利用者にとって価値あるインタラクティブなエクスペリエンスを提供することで、最終的には、顧客が簡単にナビゲーションできるデジタルコミュニケーション基盤を構築したいと考えています。アドビのソリューションとサービスのおかげで、この重要な目標が実現しつつあります」とReneau氏は述べています。