

UBS、顧客と従業員に優れたエクスペリエンスを提供

法人向け金融機関、Adobe Experience Cloudを活用し、マーケティング効果と従業員コミュニケーションを最適化



「当行の求めた3つの要件は、使いやすいインターフェイス、新規ページ作成と既存ページ修正の容易さ、拡張性の高さです。Adobe Experience Managerはこれらの条件に適っていました」

Manuel Niess氏 (UBS、グループマーケティングおよびコミュニケーションサービス担当デジタルチャネルリーダー)

ソリューション

Adobe Experience Cloudを構成する

- Adobe Analytics Cloud: Adobe Analytics
- Adobe Marketing Cloud: Adobe Campaign, Adobe Experience Manager, Adobe Target

成果



魅力的なエクスペリエンス
既存の顧客と見込み客に質の高いデジタルエクスペリエンスを提供し、コンバージョン率を向上

最大 **4%**
迅速化

迅速な更新
再利用可能なコンポーネントとテンプレートをサイト全体で共有し、数千ページからなるインターネットサイトやインターネットの制作と更新を合理化



パーソナライゼーションとセキュリティ
従業員のオーサリング権限は必要範囲に限定しつつ、外部パートナーによる安全なアクセスも確保



高精度の分析
オンラインにおける顧客行動から新しいインサイトを獲得し、的確にターゲティングされたオファーとコミュニケーションによってブランドマーケティングを強化

The screenshot shows the UBS website homepage. The header includes the UBS logo, a search bar, and account login options. The main banner features the tagline "Advice. Beyond investing." and the subtext "You see the bigger picture. So should your financial advice." Below the banner is a photograph of a family (a woman and two children) sitting on a dock by a lake, with mountains in the background. A "Find out more" button is visible at the bottom of the banner. The footer of the page includes social media icons and a navigation menu.

UBS AG

1998年設立

職員数:60,000名

本社:スイス、チューリッヒ

www.ubs.com

Netcentric

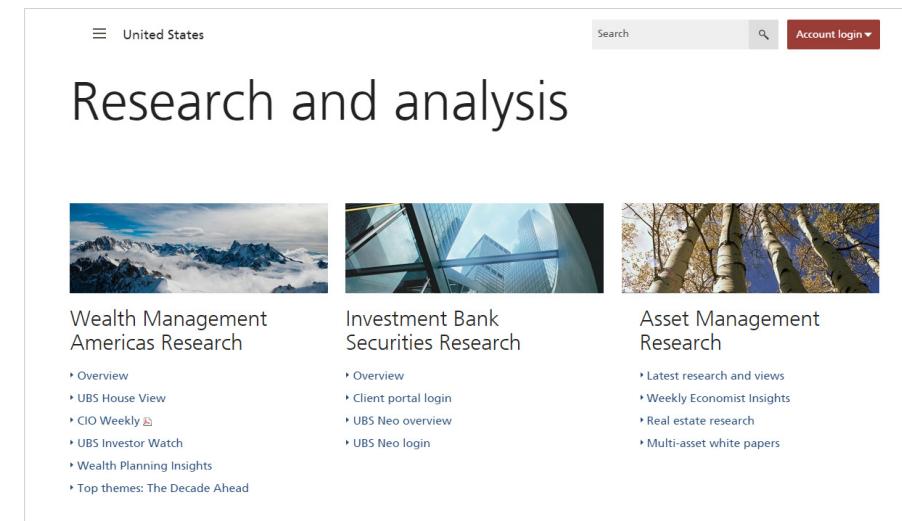
本社:スイス、プフェフィコーン

オフィス:チューリッヒ、ミュンヘン、
ベルリン、フランクフルト、バルセロナ、
ロンドン

www.netcentric.biz

課題

- ・インターネットとイントラネットの更新を効率化し、コストを削減したい
- ・利用者の全体像を把握し、より効果的にパーソナライズしたい
- ・キャンペーン管理と電子メール配信を一元化したい
- ・利用者の地域や商品への興味などに即してさらにパーソナライズされたコンテンツを提供したい



United States

Search

Account login

Research and analysis



Wealth Management Americas Research

- › Overview
- › UBS House View
- › CIO Weekly
- › UBS Investor Watch
- › Wealth Planning Insights
- › Top themes: The Decade Ahead



Investment Bank Securities Research

- › Overview
- › Client portal login
- › UBS Neo overview
- › UBS Neo login



Asset Management Research

- › Latest research and views
- › Weekly Economist Insights
- › Real estate research
- › Multi-asset white papers

webサイトの価値を最大化

50か国以上の有力企業や公的機関がUBSの金融関連リソース、専門知識、インフラを利用して事業を拡大させ、リスクを管理し、将来に向けた投資をおこなっています。UBSのwebサイト(インターネットとイントラネットを含む)は同行の成功に必要不可欠なものです。

UBSのグローバルwebサイトには、金融関連のトップニュース、ブログ、デジタルマーケティングオファー、動画、銀行のクレジットカードや担保付き債権などの商品に関する詳細が掲載され、多様な言語で作成された50,000以上のページで構成されています。同行の一般向けwebサイトの主な目的は、UBSの広範な商品やサービス、および同行の専門知識を紹介して新規顧客を魅了し、資産管理などの金融サービスに関してアドバイザーに相談するように誘導することです。

UBS行内では、企業イントラネットを通じて新しいニュースが従業員にすばやく提供されるだけでなく、各従業員の勤務地や役割、役職に応じて表示されるコンテンツがパーソナライズされるため、サイト全体の使いやすさとエクスペリエンスが向上しています。

「50,000ページを超えるUBS.comと、100,000ページを超えるイントラネットからなる当行のデジタルエクスペリエンスは、新規顧客を獲得し、従業員の業務を支援するための最も重要な手段となっています」とUBSのグループチャネルマーケティング/コミュニケーションサービス担当デジタル部門責任者を務めるManuel Niess氏は述べています。「当行のwebサイトとイントラネットは、合わせて年間約2億ページビューを獲得しています」と同氏。

「Adobe Experience Managerおかげで、当行は、すばやく簡単にページを更新し、モバイル対応のレスポンシブなマイクロサイトを複数構築することによって、付加価値を高めています」

Elian Kool氏 (Netcentric、テクノロジー担当リーダー)

直観的、高速、スケーラブル

大量のトラフィックを擁するUBSのwebサイトでは、組織の外部向けと内部向けの両面でコンテンツをターゲティングしなければならない機会がたくさんありました。それ以前の問題として、従来のwebコンテンツ管理システムではサイトの維持と更新が容易ではありませんでした。UBSは、顧客の関心を得るために更新スピードを上げ、動的なページやページ要素を活用したいと考えていました。また、ファンド情報やテンプレートなどのコンポーネントをインターネットサイトとイントランネットサイトの両方で再利用したり、コンテンツオーサリングの専門知識を必要としない効率的なwebワークフローを構築することにより、web公開の効率を改善する必要がありました。

UBSは包括的な提案依頼書(RFP)の作成から着手し、選考の結果、Adobe Experience Managerが最有力候補として浮かび上りました。「当行の求めた3つの要件は、使いやすいインターフェイス、新規ページ作成と既存ページ修正の容易さ、拡張性の高さです」とNiess氏は述べます。「Adobe Experience Managerはあらゆる条件に適っていました。デモを見て、アドビが製品のサポートを提供していることを知った私たちは、すぐにソリューションの購入を決断しました」と同氏。

スピードと効率が3倍に

UBSはAdobe Experience Managerを導入することによって、モバイルアクセスを容易にし、インターネットとイントランネットの両方において、顧客の興味や従業員の役職や役割に即したパーソナライゼーションを進めるなど、デジタルマーケティングの機会を最大化したいと考えていました。

デジタルマーケティング活動を強化するために、UBSはNetcentricと提携しました。NetcentricはAdobe Experience Cloudを基盤とするデジタルマーケティングプラットフォームの設計、最適化、実装をおこなうAdobe Experience Manager Specialized Partnerです。最初のプロジェクトで、複数の言語で作成された50,000に及ぶインターネットページがExperience Managerに移行されました。続いてイントランネットの移行に着手し、数年で移行作業を完了しました。

「Adobe Experience Managerを利用してすることで、ボタン、フォームフィールド、グラフィックなど、インターネットサイト向けに作成した様々なコンポーネントをイントランネットサイトでも再利用できるようになりました。当社はすばやく簡単にページを更新し、モバイルレスポンシブな複数のマイクロサイトを構築することによって付加価値を高めています。顧客向けサイトと社内サイトで同じコンテンツを再利用することで、作業の重複を防いでいるのです」とNetcentricのテクノロジー担当リーダーであるElian Kool氏は述べています。

パーソナライゼーションとモバイル対応

Adobe Experience Cloudは、webサイト訪問者向けに最適化されたエクスペリエンスの提供を支援します。UBS.comでは、Adobe Experience Managerの柔軟な機能によって訪問者の居住地やニーズに即した10種類の異なるインターフェイスを提供し、顧客の関心に合わせてパーソナライズされたニュースやブログを動的に収集、表示させることができます。また、インターネットサイトでレスポンシブデザインを全面的に採用しているので、UBSの顧客はあらゆるデバイスから金融情報にアクセスできます。

「Adobe Experience Managerを導入してから、従業員のいる地域や関心にもとづく有用な情報を瞬時に提供できるようになり、生産性が向上しています」

Manuel Niess氏
(UBS、グループマーケティングおよび
コミュニケーションサービス担当
デジタルチャネルリーダー)

「インターネットサイトとイントラネットサイトを極めて短時間に調整し、パーソナライズできるので、柔軟性が高まるとともに新規顧客の獲得チャンスが広がり、従業員の生産性を高めることができます」とNiess氏は述べています。

イントラネットのエクスペリエンスも、大幅に向上しています。社内のニュースはほぼ瞬時に更新されるようになりました。NetcentricはAdobe Experience Managerによってイントラネットアクセスを統合し、世界中で活動する従業員がイントラネット経由でメッセージやニュースなどのコンテンツを配信できるよう、一元管理された汎用のゲートウェイを構築しました。

オーサリングの標準化と簡易化

コンテンツオーサリングもシンプルになりました。50人近い専門の担当者がUBS.comのコンテンツを更新するとともに、社内利用者やデジタルマーケティング担当者からなる複数のチームが社内サイトと社外サイトの両方にコンテンツを寄稿しています。Adobe Experience Managerを利用すれば、コンテンツの更新や公開のプロセスは劇的に早くなります。技術的な専門知識もほとんど必要としません。

「社内、社外両方のあらゆる場所でコンテンツの管理が少なくとも3倍は早くなり、時間とコストの大幅な削減につながっています」とNiess氏は述べています。「また、当社の高い基準に適合するレスポンシブデザインを採用したマイクロサイトの公開も可能になりました。Adobe Experience Managerで作成された新規コンテンツは、外注制作されたHTMLマイクロサイトと比べてもまったく遜色がなく、効率の面では圧倒的に勝っています。加えて、新しいデジタルコンテンツを公開するまでの時間が短縮され、収益の向上にもつながっています」と、導入効果を明かしました。

さらに、金融機関にとって特に重要な要素であるセキュリティとパーソナライゼーションも大幅に向上しています。UBSのイントラネットでは、Adobe Experience Managerが各従業員の勤務地や職務内容、役職を自動的に検出し、適切なwebページへのアクセスのみを許可します。不必要的ページへのアクセスを制限するだけでなく、表示するニュースを各従業員のニーズに応じてカスタマイズできます。

「各従業員のニーズに特化したニュースバナーや情報を表示できるようになりました」とNiess氏は述べています。「Adobe Experience Managerを導入してから、従業員のいる地域や関心にもとづく有用な情報を瞬時に提供できるようになり、生産性が向上しています」と同氏。

総合的な顧客像を把握

Adobe Experience Managerの成功を目の当たりにしたUBSは、Netcentricと新たな契約を締結しました。Adobe Experience Cloudに含まれるAdobe AnalyticsとAdobe Targetの導入です。Adobe Analyticsは、webサイト内のどのバージョンやコンテンツが最も結果に貢献しているかを分析します。また、Adobe Targetは、よりパーソナライズされた適切なコンテンツを利用者に提供し、顧客のコンバージョン率を向上させるとともに、従業員の生産性を高めます。

ソリューション概要

- ・Adobe Experience Managerの主な利用機能:
 - ・サイト構築
 - ・デジタルアセット管理
 - ・マーケティングレポートおよび分析
 - ・A/Bテスト

詳細情報

www.adobe.com/jp/experience-cloud/use-cases/

customer-experience.html

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

www.netcentric.biz

Adobe Specialized Partnerの詳細情報

<https://solutionpartners.adobe.com/home/enablement/specialization.html>

さらにUBSでは、オンラインとオフラインのあらゆるマーケティングチャネルをまたいでパーソナライズされたエクスペリエンスをより調和の取れた形で提供するために、Adobe Campaignを導入し、実装準備を進めています。行内のチームや海外の代理店が採用している電子メールマーケティングシステムはそれぞれ異なり、また、レポートや分析システムも異なりますが、Adobe Campaignによってそれらのデータを統合する計画です。

「私たちは、webやモバイル、オフラインでのインタラクションも含め、あらゆるチャネルをまたいで顧客データをひとつに統合し、的確で一貫性のあるオファーを提供しようとしています。こうして、当行では電子メール戦略を自らコントロールし、カスタマージャーニー全体を通じてよりパーソナライズされたコンテンツを提供できるようになってきました」とNiess氏は話します。

コラボレーションの促進

UBSはマルチテナント型のクラウドプラットフォームでデジタルアセットを容易に制作、管理、提供、最適化するために、Adobe Experience Manager Assetsを使用し始めました。Adobe Experience Manager Assetsを活用し、動画制作チームやアセット制作をおこなう制作会社との共同作業を進めています。各チームがコンテンツをアップロードすると、UBSはコメントを追加したり、編集を促したり、ロゴなどのアセットが企業ガイドラインに従ってコンテンツ内に表示されているかどうかなどを確認できます。

「Adobe Experience Manager Assets (on demand) の導入は成功でした。デジタルコンテンツの作成に携わるチームや地域間の共同作業を大幅に合理化できています」とNiess氏は語ります。「Adobe Experience Managerは、容易に利用でき、手頃な値段で共同作業を高速化できるソリューションです」と同氏。

Netcentricによって実装されたAdobe Experience Cloudは、導入後すぐにUBSのマーケティング活動にとって欠かせない基盤となりました。「Adobe Experience Managerは、テンプレートやコンテンツ、デジタルアセットを管理するための中心的なツールとなり、Adobe Campaignは、キャンペーンの準備と展開に欠かせないツールになると見ています。さらに、Adobe AnalyticsとAdobe Targetは、顧客とのあらゆるやり取りを継続的に最適化し、パーソナライズするための有益なインサイトを与えてくれます」とNiess氏は述べています。

Netcentricについて

2012年に設立され、業界を問わず世界の大手企業向けにAdobe Experience Cloudソリューションの実装をおこなっています。同社はAdobe Experience Manager Specialized Partnerの認定を受けています。200名を超える従業員は、フェラーリ、チヨーリッヒ、ミュンヘン、ベルリン、フランクフルト、バルセロナおよびロンドンを拠点に、全世界のブランドに向けてサービスを提供しています。スペインのバルセロナにある開発センターでは、サービス品質を向上させるとともに、日々拡大するデジタルマーケティングのニーズに応えるための活動をおこなっています。