

Adobe Target 多変量分析テスト (MVT)



webやモバイルサイトの複数の要素のバリエーションを同時にテストして、最良の結果をもたらすバリエーションの組み合わせを突き止め、コンバージョンや収益の向上に対する要素ごとの貢献度を把握できます。

あらゆるデジタルプロパティをまたぎ、訪問者ごとにパーソナライズされた顧客体験を提供することは、非常に困難な課題のひとつです。また、メッセージや画像などの個々のコンテンツや、ナビゲーションや配置といったデザイン要素が、コンバージョンの向上にどのように貢献しているか、要素ごとに把握することも困難です。Adobe Targetには、包括的な最適化機能とパーソナライゼーション機能の一環として、多変量分析テスト (MVT) が実装されています。このテストを活用すれば、要素やバリエーションの最も効果的な組み合わせがわかると共に、コンバージョンや収益の向上に対する各要素の相対的な影響度を把握できます。その結果、要素やバリエーションの適切な組み合わせによってページや顧客体験をターゲティングし、テストやパーソナライゼーションを、収益の向上に最も貢献する要素に集中させていくことができます。

詳細なガイダンスに従ってアクティビティを作成

Adobe Targetのガイド付きのビジュアルワークフローは、業界のベストプラクティスにもとづき、テストの重要な側面にフォーカスしながら効果的なテストを作成できます。テストを実施する場所を選択してエクスペリエンスを構築し、対象とするオーディエンスを設定してから、成果を測る指標を選択します。

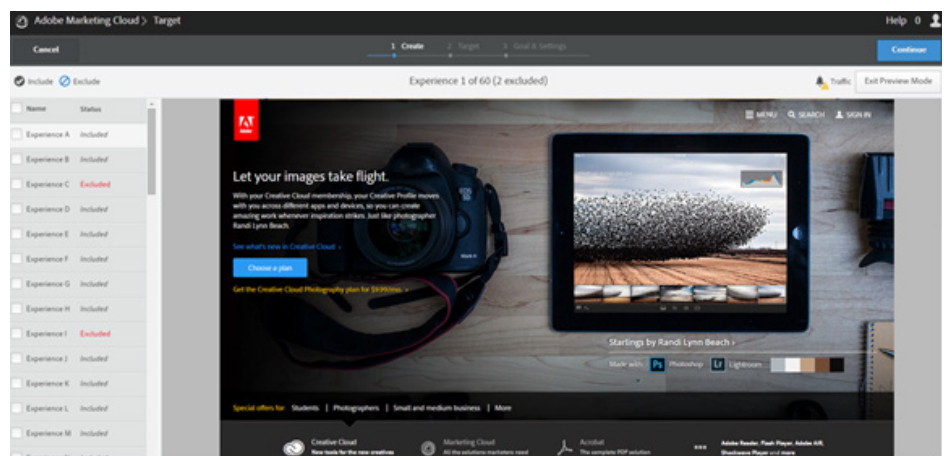
充実したツールセットを使用してテスト対象となるバリエーションを作成

Visual Experience Composerを使用すれば、webサイトやモバイルサイトの要素を参照、選択、編集し、MVTの対象にすることができます。これには、スライドショーのカラーセルやポップアップウィンドウなどの要素を含めることも可能です。リッチテキストエディターを使用して、フォントのスタイルや色、サイズを変更したり、背景色や画像を変えたり、要素のサイズや並び方、位置を調節することもできます。Adobe TargetまたはAdobe Experience Cloudのデジタルアセット管理ツールを使用すれば、あらゆる場所のコンテンツを選択したり、アップロードできます。レイヤー型のコンテンツ作成機能を使用して、具体的なデザインのガイドラインに従ってコンテンツを挿入したり、バリエーションをいちから作成することも可能です。

技術的なスキルのあるユーザーは、Visual Experience Composerを利用して、並んで表示されるコードエディターのコードパネルでカスタムコードを修正または追加しながら、コンテンツがどのように変化するかを上部のパネルで視覚的に確認できます。

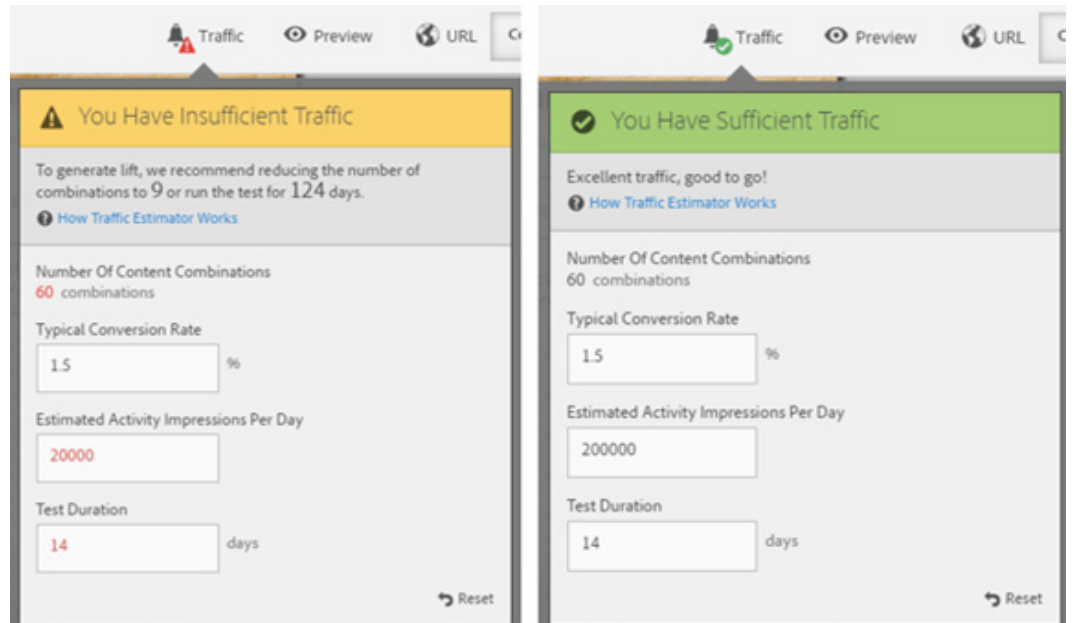
エクスペリエンスのバリエーションを自動的に構築

Adobe Targetでは、MVTに含めるページ上の要素のバリエーション、例えば、3つのわずかに異なるヘッドライン、2つの異なるコールトゥアクションボタン、4つのまったく異なる背景画像、2つの長さの異なる動画などを容易に指定できます。テストに使用可能なバリエーションのあらゆる組み合わせはAdobe TargetのMVTによって自動的に構築され、プレビューできます。



MVTの実施期間を指定

Adobe TargetのMVTに含まれているトラフィック見積もりツールを使用すれば、テストで統計的に有効な結果を得るために必要となるトラフィック量をすばやく見積もり、必要となるテスト実施期間を予測して、管理できます。このようなツールとVisual Experience Composerを使用すれば、MVTの範囲の設定と実行といった時間と手間のかかる作業を効率化できます。



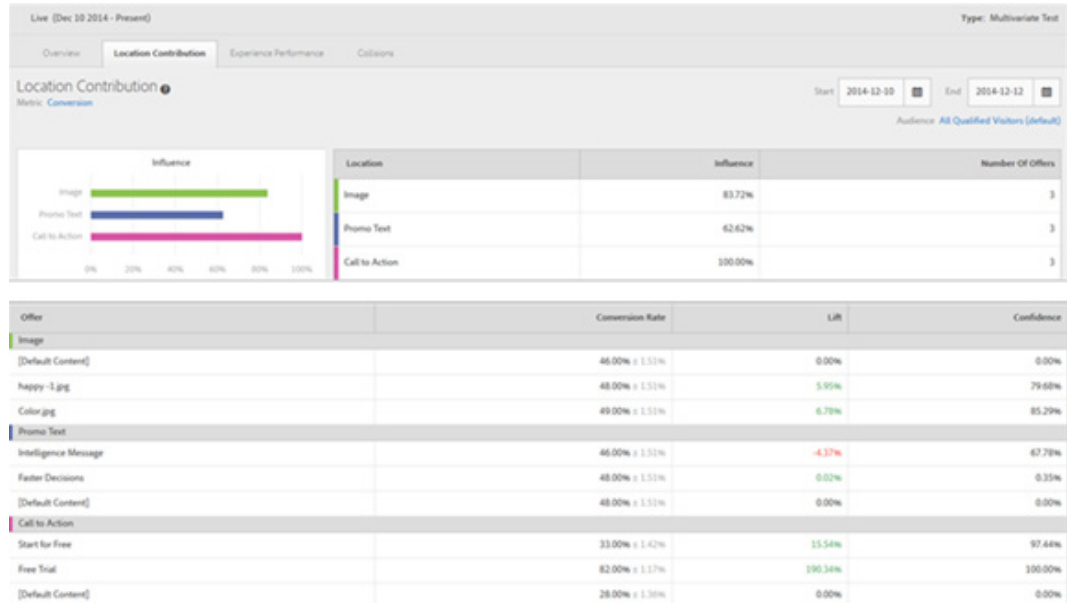
無意味なエクスペリエンスを特定して排除

送料無料のオファーと、20%オフを提供するコールトゥアクションのボタンの組み合わせなど、互いに競争するオファーでwebページをテストしても意味がありません。Adobe TargetのMVTでは、自動的に作成されたエクスペリエンスのあらゆる組み合わせをレビューし、有用でない組み合わせを除外できます。

最も効果的なエクスペリエンスを特定し、貢献度の高い要素を把握

Adobe TargetのMVTは、要素のバリエーションの最も効果的な組み合わせを特定するだけでなく、フィルタリングに対応したカスタマイズ可能なビジュアルレポートも多数備えています。例えば、カスタム要素貢献度レポートでは、個々の要素がコンバージョンや収益の向上にどの程度貢献しているかを確認できます。そのため、訪問者に対する影響力が最も高いページ要素に絞って開発や調整をおこなうことができます。また、このレポートから訪問者が好むスタイルやトーンを把握して、コンテンツや表現方法に関する今後の意思決定や戦略に活用することも可能です。





トラフィックを動的に自動再配分

特定のエクスペリエンスが他よりも圧倒的に優れていることが明らかになった場合には、勝者のエクスペリエンスにより多くのトラフィックを動的に自動再配分するように設定できます。これにより、より短期間で決定的な勝者を明らかにし、それを全面に出して、訪問者やオーディエンスに提供できるようになります。

Adobe Analyticsとの統合を利用

Adobe TargetはAdobe Analyticsと緊密に統合されているので、テストを設定する際にAdobe Analyticsのオーディエンスや成功指標を選択して使用できます。この統合により、Adobe Analyticsで定義したオーディエンスや成功指標を基準にしてテスト結果をフィルタリングし、より詳細な分析をおこなって有用なインサイトを抽出することが可能になります。アクティビティの実行後に、Adobe Analyticsで定義したオーディエンスや成功指標を過去に遡ってレポートに適用することもできます。

サポートを活用してAdobe Targetの価値を迅速に引き出す

Adobe Targetのガイド付きビジュアルワークフローを活用すれば、最適化の経験がないマーケターでも、テスト、ターゲティング、自動パーソナライゼーションアクティビティを設定して開始し、データドリブン型のインサイトや結果を確認できます。ユーザーがこうした成果をすばやく得られるように、アドビの最適化コンサルタントが様々なコンサルティングサービスを提供しています。こうしたコンサルタントには、効果的な最適化プログラムを策定するためのサポートを、業界トップの企業に長年にわたって提供してきた経験があります。

さらに詳しく

Adobe Targetのその他のデジタル最適化機能について詳しくは、以下をご覧ください。

<https://www.adobe.com/jp/marketing-cloud/target.html>

詳細情報

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



Adobe

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. All other trademarks are the property of their respective owners.

© 2018 Adobe Systems Incorporated. All rights reserved. Printed in Japan.