

Adobe Target 自動パーソナライゼーション

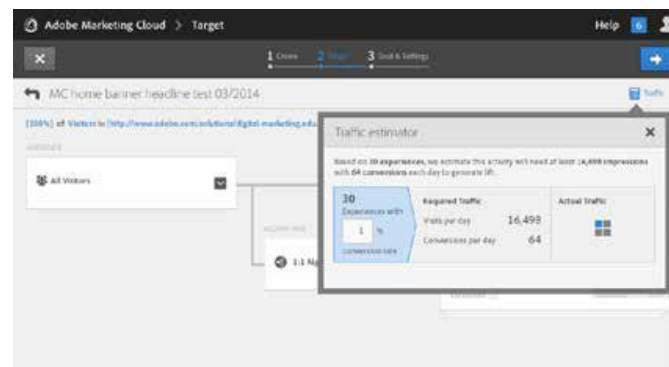


Adobe Targetでは、直観的なワークフローとマシンラーニング(機械学習)アルゴリズムにより、サイト訪問者一人ひとりに合わせてコンテンツを出し分けることができます。

匿名によるオンライントラフィックが大量に発生すると、適切かつ魅力的なコンテンツを個々の顧客プロフィールに対して提供することが困難になり、時間がかかってしまうことがあります。この場合、マーケティングは広範なセグメントやペルソナを対象とするしかなく、訪問者ごとの興味関心に即したオファーを提供する機会を逃すこととなります。セグメントの数や複雑さによってルールの管理が困難になる場合もあります。さらに、訪問者の目的や最適なレイアウト、デザインが不明瞭なために、ルールベースのターゲティングを効果的に実施できないこともあります。

自己学習型の高度なターゲティングエンジンにより、リアルタイムな意思決定を自動化

新たなサイト訪問者の行動と、過去の訪問者の行動にもとづいて、最適な顧客体験を提供できます。Adobe Targetの基盤を支えている業界トップクラスのアルゴリズムは、様々なイベントの関連性や、予測された顧客行動と実際に観測された顧客行動の相違をすばやく学習します。同時進行中のコントロールグループを比較して、パフォーマンスを継続的に測定します。常時実施される自己テストの結果にもとづいてターゲティングを調整し、コンバージョンを最大化します。時間やその他の劣化要素を考慮して、可変ウェイトをインテリジェントに調整します。サイト訪問者をターゲティングしたオファーの総数にもとづき、トラフィック見積り機能が、目標のコンバージョン率を達成するために必要となるサイト訪問者数を算出します。



ユーザーのニーズに合致した機械アルゴリズムを選択

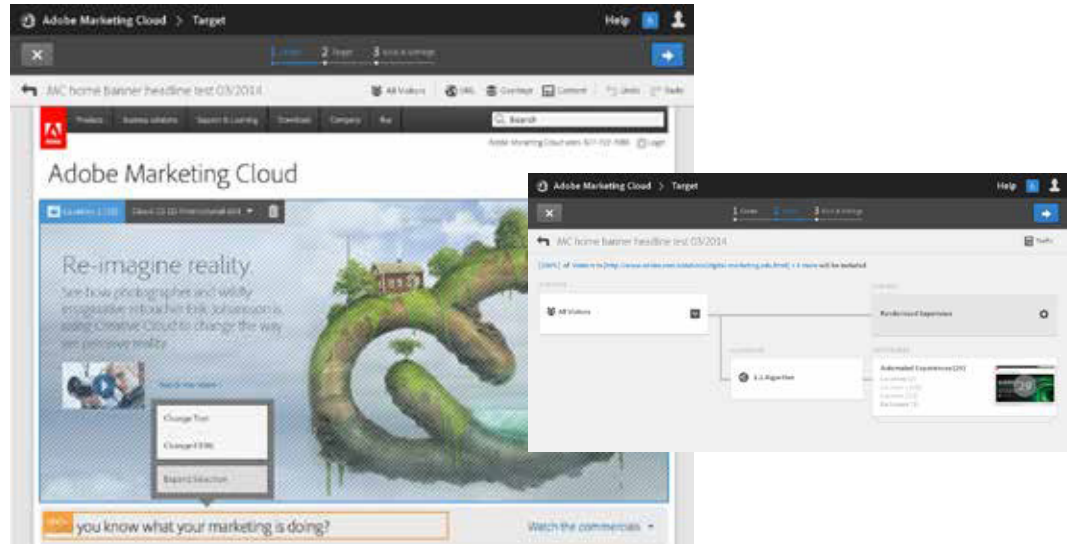
ニーズやシナリオによって適用すべきマシンラーニングのアルゴリズムは異なります。アドビのテクノロジーラボのデータサイエンティストは、実証済みの統計学的手法にもとづき、様々な状況に適用可能な複数のアルゴリズムを提供しています。ランダムフォレストアルゴリズムと残差分散アルゴリズムは、あらゆるプロフィールの変数を評価し、コンバージョンごとの傾向にもとづいて最適なコンテンツを決定します。一方、顧客生涯価値アルゴリズムは、訪問者が2回以上のコンバージョンに至る可能性を高めるための意思決定を支援します。

マシンラーニングによる分析によってテストの仮説を検証

Adobe Targetでは、A/Bテストと並行して自動パーソナライゼーションアルゴリズムを実行し、テスト作成時の仮説を検証できます。自動化は、見落としているかもしれない重要なオーディエンスを浮き彫りにし、A/Bテストよりも早く統計的に優位な結果をもたらす可能性を高めます。

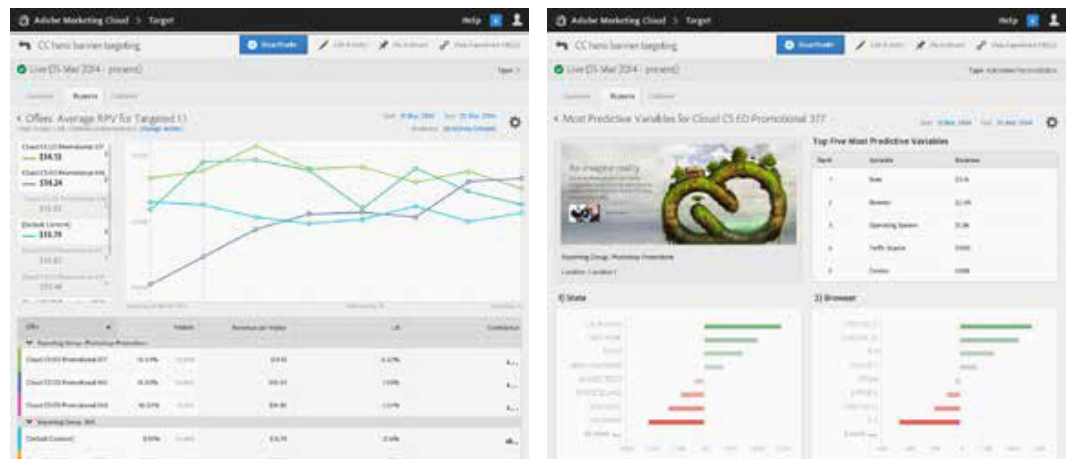
顧客体験やデザインのバリエーションを成功指標に容易に関連付け

パーソナライゼーションを自動化するために、直観的で視覚的なワークフローを使用して、顧客体験のあらゆるバリエーションを作成できます。キャンペーンのページ領域を指定して、テキストの選択肢やバナー画像、ボタンなど、使用するアセットを選択します。この際、学生ローンをおファーするテキストと車のバナー画像の組み合わせなど、顧客体験の無意味なバリエーションを除外できます。パーソナライゼーションの自動化を主要なビジネス目標に関連付けることも可能です。収益、コンバージョン、クリックスルーなど、自動ターゲティングの効果を測定する指標を選択すれば、設定は完了です。顧客生涯価値アルゴリズムなど、ひとつ、あるいは複数のコンバージョン傾向にもとづく意思決定もできます。



リアルタイムレポートですばやくインサイトを確認

自動ターゲティングの結果をレポート形式で表示し、収益の大小などを含む、多数の評価可能なインサイトにもとづいてキャンペーンの成果を確認できます。キャンペーンの設定後、すぐに監視と測定に入ることができます。ターゲットグループとコントロールグループの両方で、あらゆる指標を使用して、増加分の値を計測することも可能です。リアルタイムな指標としては、キャンペーンのインプレッション数や顧客獲得数、収益などが用意されています。指標はキャンペーンごとに確認でき、キャンペーン内のオファーをレポートグループにまとめ、容易に比較できます。クリックスルーからオンラインコンバージョンに至るまでのトラッキングレポートを、同一のセッション内、またはセッション後の獲得に分けて作成できます。レポートでは、自動ターゲティングアルゴリズムによる学習内容を、新しいターゲットセグメントのキャンペーンの準備に生かすことができます。



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の成功指標を選択して使用できます。この統合により、Adobe Analyticsの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得ることもできます。

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

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.

6/18